



# Post cuarentena Modelo conoce + define + actua/

Durante cuarentena

## CONTENIDO



01	Presentación	07	Los aspectos NEGATIVOS de la cuarentena
02	La metodología CODEA - Conocer, Definir y Actuar	08	Cómo se vieron afectados los ingresos personales en cuarentena
03	Nuestra Región Piura - Datos INEI	09	El Comportamiento ciudadano post cuarentena
04	¿A qué le tiene miedo el piurano?	10	Actitud hacia el llamado de atención de Martín Vizcarra a piuranos
05	La situación actual del ciudadano en tiempos de cuarentena	11	Percepción sobre el comportamiento de los piuranos en cuarentena
06	Los aspectos POSITIVOS de la cuarentena	12	Opinión de destacados profesionales en la Región Piura



#### **Econ. Raúl Martínez Luna**

Fundador y Director Principal de Luna Consultores & Asociados, con estudios de maestría en Gerencia Empresarial, con conocimientos en marketing y neuro marketing, marca personal, comunicación política, historytelling, anáslisis social, político y económico, ha sido expositor en la XIII Cumbre Mundial de Comunicación Política.



# PRESENTACIÓN

Las empresas deben estar pensando actualmente en re conectar con sus consumidores y los emprendedores deben estar pensando en cómo conquistar a nuevos consumidores, como hacer que conozcan su negocio.

Y es que ya estarás cansado de escuchar "la vida será diferente después que pase la pandemia o el aislamiento social" pero yo te pregunto ¿por qué la vida no puede ser diferente y mejor hoy en día?

Para que la hagas diferente desde hoy, empieces nuevos emprendimientos y reactives tu empresa, **te presento la metodología CODEA**.

Seguramente te estás preguntando ¿Cómo la está pasando el ciudadano piurano en estos tiempos de cuarentena? ¿Cómo le afectó positiva o negativamente la cuarentena?, las cuales, resultan necesarias en aras de **CONOCER** al consumidor en su fase de cuarentena para saber responder en la fase post cuarentena a sus necesidades, bajo el nuevo estilo de vida que está adquiriendo y la nueva conciencia que está tomando, respecto a diversos temas.



# PRESENTACIÓN

Esta fase es primordial, por lo que **LUNA CONSULTORES & ASOCIADOS**, empresa líder en investigación de mercado en el norte del Perú, pone a tu disposición su más reciente estudio para "conocer los hábitos y comportamiento del ciudadano en tiempos de cuarentena", justamente para que **CONOCER** la realidad que vivimos, para que de las crisis, puedas ver oportunidades de crecimiento personal y profesional.

Con esta base de conocimientos, pasamos a la segunda fase que es **DEFINIR**, sí, definir la nueva razón de ser de tu empresa, porque tenlo por seguro que ya no debe ser la misma, así mismo, la visión que te planteaste hace algún tiempo, ya debe cambiar y los valores que impulsa tu empresa, deben incorporar nuevos, para ir acordes a lo que el nuevo consumidor nos dice. Para los emprendedores que recién inician, deberán tomar en cuenta las presentes recomendaciones.

Teniendo el conocimiento y habiendo definido tu empresa o emprendimiento, llegó el momento de ACTUAR, de adaptarte a los nuevos cambios, recordando la premisa que nada garantiza que el éxito que tuviste en el pasado con tu negocio, se vuelva a repetir en el futuro.

**Te invito a revisar, analizar y comentar**, el presente estudio, que estamos seguros, te será de gran ayuda, sobre todo a los emprendedores y los hacedores de empresa, siguiendo también el consejo y opinión de diversos especialistas y reconocidos profesionales de la región Piura, que seguramente te puedan despejar alguna inquietud o generar un valor agregado a tu conocimiento.

Adelante ganador...es hora de empezar.

## DURANTE CUARENTENA





**CONOCER** 

El contexto y al consumidor

**DEFINIR** 

El papel como empresa/emprendedor

**ACTUAR** 

Como cubrir las necesidades

POST CUARENTENA

## I. CONOCER

Quiero que se te quede bien ésto "Todo lo que conocemos hoy en día, se regirá bajo el contexto de una nueva normalidad" porque bien lo sabes...todo cambió.

Y para comenzar con un nuevo emprendimiento o adaptarte con tu empresa al nuevo consumidor, debes saber que todo inicio, siempre arranca a partir del **conocimiento del consumidor** y conocer como se encuentra en el contexto hoy en día y como vamos a tener que trabajar con el consumidor, para conectarnos en el contexto post cuarentena

Luna Consultores & Asociados, ha realizado 622 encuestas en la **REGIÓN PIURA**, de manera virtual, en el periodo del 30 de abril al 03 de mayo 2020, a hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad. Este aspecto será realmente importante, pues un exceso de información, o la información equivocada, puede no sernos de utilidad, e incluso ser perjudicial. Los micro y pequeños empresarios pueden centrarse en su universo. No hace falta obtener miles de respuestas para conocer los resultados.

Y es que somos conscientes que **para lanzar nuevos productos, infoproductos o servicios**, así como campañas de marketing, la **investigación de mercados**, es una parte fundamental y necesaria.

La investigación de mercados nos va a permitir obtener la información que necesitamos y tratarla de forma que sea realmente útil para nuestra empresa o para realizar un nuevo emprendimiento, así que empecemos esta primera parte, conociendo los resultados del presente estudio denominado "HÁBITOS Y ACTITUDES EN TIEMPOS DE CUARENTENA", que quedan enteramente a tu disposición.

## I. CONOCER





# HÁBITOS Y ACTITUDES EN TIEMPOS DE CUARENTENA

Región Piura

WWW.LUNACONSULTORES.COM | MAYO 2020



# NUESTRA REGIÓN PIURA

Provincia / Región	Distritos	Centros Poblados	Hombres	Mujeres	Población Censada	%
Región Piura	65	2803	918 850	937 959	1,856,809	100%
Piura	10	387	393 592	405 729	799,321	43%
Aya ba ca	10	867	60308	58 979	119,287	6%
Huanca bamba	8	654	54927	56 574	111,501	6%
Morropón	10	411	81178	80 849	162,027	9%
Paita	7	46	64 299	65 593	129,892	7%
Sullana	8	314	152 709	158 745	311,454	17%
Talara	6	37	72 423	71 727	144,150	8%
Sechura	6	87	39414	39 763	79,177	4%
Fuente: Inei - Cens	⊟aboración: Luna	Consultore				

1´471, 833 personas, viven en la zona urbana, lo que representa el 79.3%

384, 976 personas, viven en la zona rural, lo que representa el 20.7%

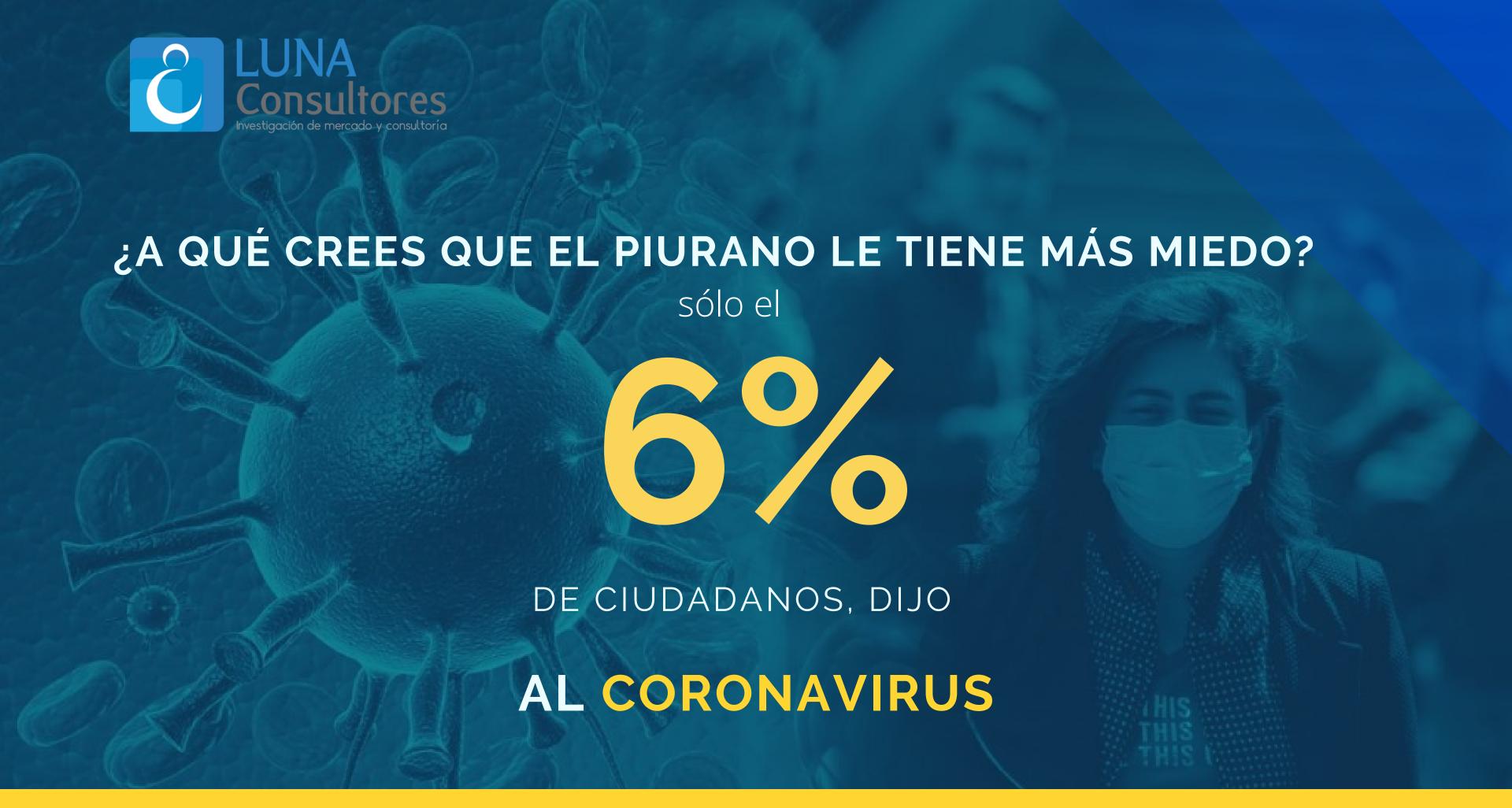
Dentro de la región Piura, las provincias de Piura y Sullana al 2017, concentran el 60% de la población total con 43% y 17% respectivamente.

El jefe de hogar es considerado una persona con edad 15 años a más, en ese sentido existen 492 mil 686 jefes de hogar en la región Piura.

Sólo el 29.5% del total de mujeres mayores a 15 años son jefes de hogar en la región Piura.

El 84.6% de los hogares, tienen cocina con gas.

Sólo el 53% de los hogares, contaba con refrigerador o congeladora.



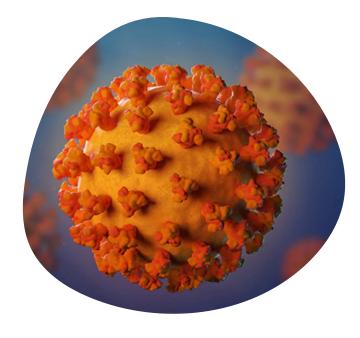
## ¿A QUÉ CREES QUE EL PIURANO LE TIENE MÁS MIEDO?











36%

A no tener alimentos / Pasar hambre

24%

Α quedarse sin ingresos

19%

A quedarse mucho más tiempo en cuarentena

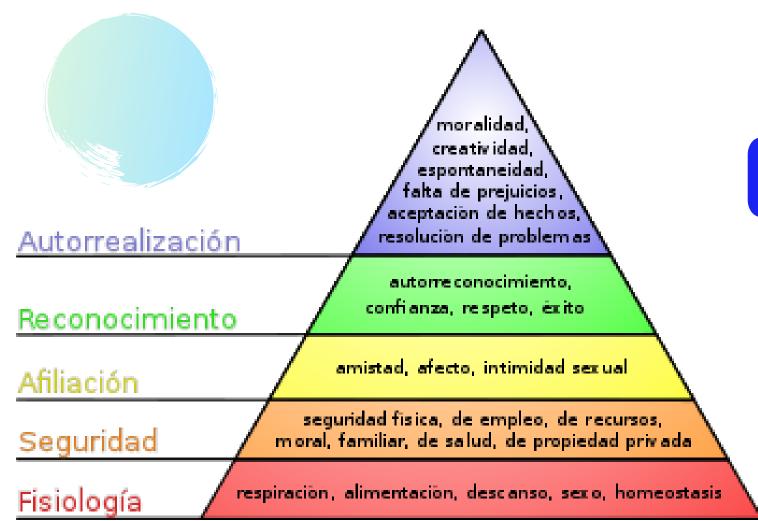
12%

Perder su empleo / No conseguir trabajo

Al Coronavirus

6%

Otros: 3%



# LA TEORÍA DE MASLOW Y EL COMPORTAMIENTO DEL PIURANO

Para la psicóloga Verónica Ramos, el comportamiento de los ciudadanos en la región Piura, podría estar explicada en la teoría de la pirámide de Maslow, quien formula una **jerarquía de necesidades** humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide).

Por lo que al ver el dato, que el 36% de los piuranos a nivel regional, le tenga más miedo a no tener alimentos / pasar hambre (necesidad fisiológica) que al mismo coronavirus (necesidad de seguridad), refleja que la salud queda relegada al segundo plano, incluso, muy por debajo de la necesidad de no perder su empleo, quedarse sin ingresos o estar aislado en su propia casa.

Las primeras 4 bases de la pirámide, se les denomina "primordiales" y la punta, es la "autorrealización", en esta fase se encuentran las personas que **ven en crisis, nuevas oportunidades** de crecimiento personal y profesional, es una fase tal vez alcanzada por pocos, por lo que no es novedad que tan sólo el 2% de los ciudadanos consultados sobre como afectó la cuarentena a sus ingresos, hayan mencionado que éstos se incrementaron.



EN LA REGIÓN PIURA, HABRÍAN PERDIDO SU EMPLEO

3/0/0

DE CIUDADANOS, QUIENES ADEMÁS NO PERCIBIRIAN INGRESOS ACTUALMENTE



## ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES DESCRIBE MEJOR SU SITUACIÓN EN ESTOS MOMENTOS DE CUARENTENA?



37%

23%

14%

13%

11%

2%



Me he quedado sin trabajo, no estoy percibiendo ingresos



Estoy en mi casa trabajando por teletrabajo



Ama de casa,
estudiante,
jubilado, no
trabajo
habitualmente



Estoy
saliendo a
trabajar
autorizado
por el
gobierno



Estoy en mi casa
sin trabajar,
pero si tengo
trabajo
habitualmente y
estoy recibiendo
mi sueldo



Estoy saliendo a trabajar porque lo necesito, aunque no estoy formalmente autorizado

## QUEDA EN EVIDENCIA, EL GRAN PROBLEMA DE LA INFORMALIDAD

El 16 se marzo cuando se decreta el distanciamiento social, nuestro presidente al igual que muchos mandatarios tuvo que decidir entre dos opciones ¿Salud o Economía? Vizcarra con el respaldo de su equipo, eligió SALUD, lo que implicaba el sacrificio y deterioro de la economía del país, con la consecuente destrucción de empleos, cierre temporal o definitivo de empresas, ese era el costo que de antemano había que asumir para privilegiar la vida humana. En el razonamiento que la economía en el mediano o largo plazo se puede recuperar, pero la vida de las personas no.

El aislamiento social, lleva al cierre obligado de las empresas salvo de alimentos, farmacias, transporte de carga y financieras. Los consumidores solo demandan alimentos y fármacos. **Las cifras de empleo e ingresos reflejan esta situación**. En nuestra región Piura y en el Perú, ha quedado en evidencia la gravedad del problema de la informalidad tanto laboral como empresarial.

Algunas medidas de ayuda fiscal adoptadas por el gobierno para mitigar el efecto de pérdida de liquidez en las empresas o ausencia de ingresos en las familias no llegaron a la mayoría de informales, por no tenerse registro de su existencia. **Confiamos que este tema se puede superar** optando con la aplicación correcta de una seria de medidas que ayude en la reactivación económica que permita, reanimar empresas, evitar destrucción de empleo y generar nuevos puestos de trabajo.



# LA UNIDAD FAMILIAR ES PARA EL

66%

DE LOS CIUDADANOS, EL LADO POSITIVO DE LA CUARENTENA EN LA REGIÓN PIURA



66%

UNIÓN Y COMPARTIR MOMENTOS EN FAMILIA



46%

MEJORAR EL MEDIO AMBIENTE Y CONCIENCIA SOBRE CONTAMINACIÓN



31%

MEJORAR LOS HÁBITOS DE HIGIENE PERSONAL



19%

LA SOLIDARIDAD COMO VALOR FUNDAMENTAL



19%

APRENDER NUEVAS HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS



15%

APRENDER UNA NUEVA HABILIDAD DENTRO DEL HOGAR



5%

OTROS



# ¿Qué aspectos

## **POSITIVOS**

# ha traído consigo la cuarentena?

Respuesta Múltiple



## COMO EFECTO NEGATIVO DE LA CUARENTENA, EL

516

DE LOS CIUDADANOS, HA VISTO AFECTADOS LOS INGRESOS FAMILIARES EN LA REGIÓN PIURA.

Sondeo virtual en la Región Piura - Realizado del 30.04 al 03.05



51% AFECTARON LOS INGRESOS FAMILIARES

42% LOS NIÑOS NO RECIBEN UN ADECUADO SERVICIO EDUCATIVO



32%

ESTRES Y ANSIEDAD FAMILIAR



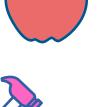
31%

AUSENCIA DE NUESTROS SERES QUERIDOS Y FAMILIA



23%

ESCASEZ DE PRODUCTOS Y PRECIOS MÁS ALTOS



23%

SIN LIQUIDEZ PARA PAGAR DEUDAS / ALQUILERES



6%

NO HAY REUNIONES SOCIALES



## ¿Qué aspectos

**NEGATIVOS** 

# ha traído consigo la cuarentena?

Respuesta Múltiple



# RESPECTO A LOS INGRESOS PERSONALES

35%

DE LOS CIUDADANOS, LOS HA PERDIDO ESTA CUARENTENA A NIVEL REGIONAL.

Sondeo virtual en la Región Piura - Realizado del 30.04 al 03.05



# RESPECTO A SUS INGRESOS PERSONALES



## PERDIÓ

Se quedó sin ingresos

#### **MANTIENE**

Sus ingresos se mantienen

## REDUCCIÓN

Presenta una ligera reducción

#### **MITAD**

El ingreso se redujo a la mitad

#### > MITAD

Su ingreso se redujo más de la mitad

## **INCREMENTÓ**

Crisis convertida en oportunidad.
Ingresos crecieron

5% no contaban con ingresos desde antes de cuarentena

# LA RECONSTRUCCIÓN CON CAMBIOS PARA GENERAR EMPLEO Y DINAMIZAR LA ECONOMÍA REGIONAL

La reconstrucción con cambios, debe ser un factor clave en la reactivación económica en la región Piura, en realidad, venimos esperando mucho tiempo, al punto que hemos cumplido 3 años desde que sufrimos las consecuencias del fenómeno del Niño y el avance en la ejecución presupuestal es muy pobre hasta la fecha.

Tenemos un portafolio de proyectos ya muy retrasados, con la reactivación económica, esperamos se recupere el atrasado ocurrido. **Conversando con Carlos Neuhaus**, el expresidente del Comité Organizador de los Panamericanos Lima, me mencionó que para culminar las obras a tiempo, se tuvo que recurrir a empresas internacionales, y además, por medio de leyes, se consiguió la facilitación de procesos y convenios de **gobierno a gobierno**, además de la incorporación del Project Management Office (PMO).

En nuestra región Piura, el proceso de contratación debe ser transparente para la construcción de los principales proyectos, invitando a participar a las empresas, ingenieros y consultores locales, que son quienes conocen la realidad, aportando con su conocimiento técnico, para lograr que todos los actores, empujen el carro hacia adelante, con el objetivo de disminuir las tasas de desempleo que nos está dejando la cuarentena en esta pandemia y que los resultados obtenidos en el presente estudio, nos dicen que las familias están siendo afectadas en sus ingresos y muchos de los ciudadanos han perdido su empleo. Por tal motivo, no sería aceptable que vengan empresas externas y se deje de lado a los profesionales de nuestra región Piura. Necesitamos la reactivación con generación de empleo.

Ing. Manuel Asmat - Decano Colegio de Ingenieros de Piura

## Cuando termine la cuarentena, ¿CÓMO SE COMPORTARÁ DURANTE LOS MESES SIGUIENTES, MIENTRAS CONTINÚE EL CORONAVIRUS SIN ENCONTRARSE UNA VACUNA?

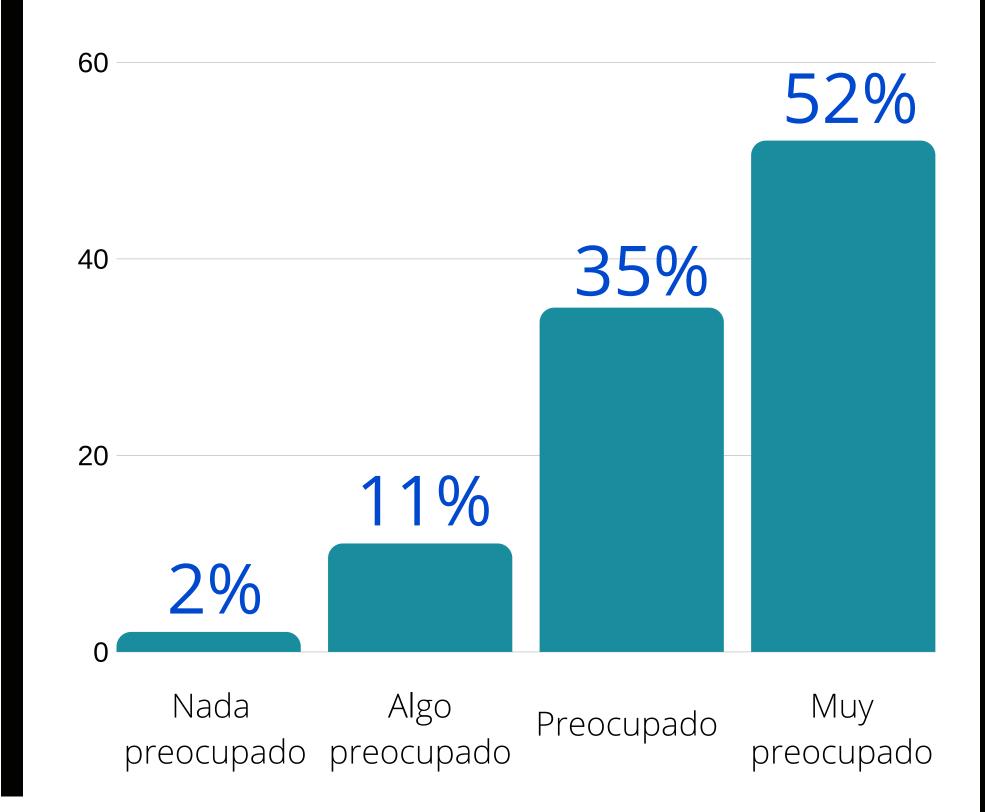






¿QUÉ TAN PREOCUPADO ESTÁ **USTED PORQUE SU** SITUACIÓN ECONÓMICA SE COMPLIQUE EN LOS PRÓXIMOS MESES?

REGIÓN PIURA I MAYO 2020



## ONG Y POBLACIONES VULNERABLES - OTRA REALIDAD

Las ONG tienen el reto de contribuir a recuperar los medios de vida de las personas vulnerables, esto con un **enfoque de género**, muchas de ellas trabajan en son zonas rurales alejadas donde a las personas y sus emprendimientos no llega las ayudas del estado como el FAE, MYPE, etc; porque la mayoría de estos emprendimientos en las zonas rurales son de supervivencia e informales.

Si bien es cierto a personas de las zonas rurales les llego el bono de los 380, esta es una medida de corto plazo, **para el largo plazo no se ha visto políticas publicas claras de cómo ayudar a la dinamización económica de dichos territorios**. Las mujeres habían ganado un espacio en la toma de decisiones de sus familias, pues muchas habían iniciado pequeños emprendimientos que les permitían aportar económicamente en sus hogares, en esta situación, quizás muchos de estos negocios se han visto afectados y muchos de estos no sabemos si sobreviran o morirán, cambiaran de giro, etc. si sumamos a ello que nuestra región Piura, **existe una cultura machista** y que los hombres también pierden su empleo, la situación se complica, pues estos no han aprendido a canalizar sus emociones de estrés y preocupación desfogando muchas veces contra las mujeres e hijos.

En lo que respecta a la juventud, **la situación es más compleja aun**, muchos de los jóvenes en zonas rurales, no tienen una formación técnica, no tienen acceso a un empleo digno, no tienen recursos para iniciar un emprendimiento, no manejan las TIC. En el caso de esta población, **el reto de las ONG** es tener proyectos que permitan fortalecer las capacidades emprendedoras y técnicas, para que puedan acceder a un empleo o puedan iniciar sus propios emprendimientos, pero ya no con una mirada de los negocios tradicionales, sino con **negocios innovadores** que respondan a las nuevas necesidades de la población en este contexto de emergencia. El rol de las mujeres y jóvenes emprendedores, es no darse por vencidos, deben reinventarse, innovar, ser más eficientes y productivos, pues el soporte de nuestro país son las pequeñas y medianas empresas.

Econ. Viviana Holguin - Especialista en Proyectos con poblaciones vulnerables



COMPRA DE CERVEZA Y AGLOMERACIÓN DE GENTE

88/0

DE LOS CIUDADANOS, ESTÁ DE ACUERDO CON LA LLAMADA DE ATENCIÓN DE MARTÍN VIZCARRA A LA POBLACIÓN PIURANA

Sondeo virtual en la Región Piura - Realizado del 30.04 al 03.05



# Cómo defines a los ciudadanos de la región Piura

EN ESTOS TIEMPOS DE CUARENTENA.



63%





Irresponsable y con poca conciencia cívica

No es respetuoso de las normas y leyes

Fuerte presencia del individualismo

Otros: 10%

# Luego de conocer los resultados, te pregunto Consultores





El impacto de la cuarentena ha sido negativo para el Perú?



Las familias han reducido/se han quedado sin ingresos?



Los trabajadores independientes han sido los más golpeados esta cuarentena?



# DISPOSICIÓN DEL 25% DE FONDOS DE LA AFP

Las AFP son un sistema de protección social a futuro, a fin de percibir una pensión de jubilación.

El Estado Peruano mediante Ley Nº 31017, autoriza el **retiro del 25%** de los fondos acumulados en nuestras cuentas individuales de capitalización de las AFP. Una medida acertada por parte del congreso recientemente elegido y que busca en medio de ésta crisis, dar un alivio a quienes han visto disminuir sus ingresos económicos mensuales, que es parte de una jubilación pero que tanto se necesita en momentos cómo el que se está viviendo, viéndose reflejada dicha medida finalmente en el sustento de los hogares.

Desde el punto de vista previsional, resulta en un desacierto la liberación de dichos fondos, pues en un gran porcentaje de afiliados no se cumplirá el objetivo que éstos tenían, lo cual es, asegurar la **sobrevivencia** y calidad de vida en nuestra etapa menos productiva, es decir cuando ya no somos laboralmente activos por cuestión de la edad.

Por eso desde mi punto de vista, los que accedan al retiro de sus fondos deberán prever que éstos no disminuyan, y que por el contrario los hagan ganar algún interés a través del tiempo, precisamente para asegurar nuestro retiro del ámbito laboral; por ejemplo, podrán depositarlo en alguna cuenta a **plazo fijo o invertir** en algún negocio que nos prometa ganancias y no pérdidas

Sin embargo, ello no quiere decir que no utilicemos el retiro de fondos que vamos a realizar, pues si necesitamos disponer de estos fondos para asegurar la alimentación diaria de nuestra familia, **no nos sintamos culpables**, dado que si no aseguramos nuestra sobrevivencia actual, menos podremos hablar de nuestro futuro.

## Los aspectos que el consumidor tomará en cuenta

# POST CUARENTENA



SOCIAL **PRECIO** SALUD 04 MARCAS Producción Solidaridad Precio Servicio Nuevas Higiénico Ofertas Seguridad Medio Antiguas Promociones BPM Ambiente Descuentos

## II. DEFINIR

Blen, ahora pasamos a la segunda fase que es **DEFINIR,** para lo cual, los nuevos modelos de negocios serán la gran oportunidad para dar el salto de crecimiento exponencial en las organizaciones, considerando también, que se habrán incorporado de manera definitiva en el nuevo hábito de consumo. Como herencia de la cuarentena y del coronavirus, tendremos nuevas relexiones que impactarán en nuestra decisión de compra...así que tú emprendedor o empresario, tómalo en cuenta.

Lo importante es que el emprendedor o empresario, descubra cómo despertar su interés para generar interacción con ellos, aporte y apunte correctamente a sus **insights** para validar sus decisiones de compra y que logre la fidelización de sus clientes, considerando también, que la sostenibilidad y el aportar a la sociedad van a transformarse en elementos clave.

El precio dejará de ser el principal motor del consumidor y éste empezará a valorar si parte de lo que se gasta va de alguna manera a algún aspecto humanitario o social. Vamos a tener en cuenta también **temas medioambientales** y conciencia sobre la contaminación. Los negocios que no aporten nada a la sociedad y solo aspiren a una sobre ganancia, aprovechándose de las necesidades, no respetando su entorno y sin conciencia por la bio seguridad y cuidado ambiental, tal vez no tengan futuro alguno..

"Los modelos de negocio cambiarán. Permanecerán aquellos que proporcionen valor. **Habrá paquetes mucho más personalizados**. Las experiencias cobrarán importancia para la búsqueda de momentos de relax que la situación de cuarentena ha generado. El precio seguirá siendo un driver, pero la seguridad va a ser un elemento fundamental. Con toda esta información, es momento de que replantees y definas ¿Cuál será la razón de ser de tu negocio? (misión), ¿hacia que aspira tu negocio? (visión) y que valores vas a incorporar, para estar acorde a las exigencias del nuevo consumidor.

## 2. definir



# CUÁL ES MI PAPEL COMO EMPRESA EMPRENDEDOR





## 4 RETOS PARA EL EMPRENDEDOR

El primero y más importante reto es **LA ADAPTACIÓN**. Adaptar nuestros negocios ya no solo a las necesidades de nuestros clientes sino que además de las exigencias que teníamos antes, ahora surgen nuevas bases legales para la activación de los rubros en los que veníamos trabajando.

Otro reto es la **CAPTACIÓN DE CLIENTES**, anterior al Covid19, el servicio delivery era solo un complemente para nuestros negocios, ahora se convertirá en la actividad principal del mismo. Debemos cambiar todo la metodología de trabajo y enfocarnos a la calidad en el producto y en el proceso de ventas.

**DESTACAR** en el rubro, porque la vivencia actual de la cuarentena y el coronavirus, nunca nadie la había vivido, en los negocios, sobrevivirán los más fuertes, en lo mental y en los que tuvieron la capacidad de ahorrar y reinvertir adecuadamente en sus negocios, implementando ahora, el tema tecnológico y la comunicación constante con los usuarios y consumidores.

Ser **JUSTO**, ya que al mirar las cifras del estudio de Luna Consultores, podemos vislumbrar una caída en el ingreso de las personas y las familias, por lo que no sería bueno, que los negocios ganen con precios altas y sigamos perjudicando a nuestros clientes, nuestra obligación también es cuidarlos.

## 2. definir





Cuestionar tu modelo de negocio actual.



Las oportunidades del mercado.



Tienes la capacidad de adaptarte al CAMBIO



El consumidor porque te puede valorar

## 2. definir



# REDEFINIR CUÁL ES LA RAZÓN DE SER DE MI NEGOCIO,









# SER - HACER - TENER; HOY TENEMOS MÁS TIEMPO QUE NUNCA

Este es un momento ideal para trabajar en nosotros mismos, en nuestra visión, nuestros hábitos, esos que aún nos cuesta formar. Antes del confinamiento siempre nos decíamos "no tengo tiempo" o l"o hago después", hoy el tiempo es lo que más nos está sobrando, pero ¿Qué estamos haciendo?

Desde mi experiencia, en este tiempo he tenido momentos de miedo e incertidumbre, quería hacer de todo y terminaba haciendo nada, hasta que me paralicé. El primer paso que tuve que dar fue bloquear el miedo, lo que no puedo controlar no es mi asunto, y empecé a controlar lo que si podía hacer, para poder reinventarme y tomar acción. Primero la **VISIÓN**. Todos nuestros planes que teníamos a inicio de año ya no están, se fueron a la basura, hoy el mundo cambió y debemos adaptarnos. Y entonces, ¿A dónde quiero llegar? ¿Qué voy hacer ahora?

Empecé a escribir y visualizar nuevas metas, como me veré después del confinamiento, dentro de los próximos 30, 60 o 90 días, que quiero lograr y que haré para logrado. Esta parte es fundamental, hay una formula que me ayudó mucho y es el **SER-HACER-TENER**, que formas de SER (Yo) me permitirán HACER (Tomar acción) para lograr TENER (Meta). Formar mis **HÁBITOS**, esas pequeñas acciones que te llevarán donde quieres llegar, necesitamos ordenarnos, adaptarnos, etiquetar por prioridades.

**LOGRAR LA META**. Estoy seguro y confiado que lo vamos a lograr, creo que mañana podremos estar mejor y tener un mundo mejor si hoy empezamos a generar cambios para mejorar nosotros mismos.

## III. ACTUAR

La tercera fase del modelo CODEA, está referida al ACTUAR, si es que no nos comunicamos, no realizamos acciones, no estaremos en la mente del consumidor ¿Qué le ofrecemos a los nuevos clientes? ¿Cómo hago para reinventarme y no dejar morir mi marca?

Muchas empresas y emprendedores ya se están preparando para el día después, pues más allá de los impactos económicos recesivos que generará esta pandemia, debemos poner foco en cómo será el nuevo consumidor, que tendrá nuevos patrones de consumo, por lo que en esta fase te pedimos **NO ACTUAR POR ACTUAR** para salir del paso, es actuar partiendo y entendiendo adecuadamente lo que nos está diciendo el consumidor, el ciudadano, por lo cual, la fase I del **CONOCER**, ya nos da luces, además, con la fase II, has logrado **DEFINIR** el papel que tendrá tu empresa o emprendimiento y en la fase III, tienes que explotar todos estos conocimientos, tómate el tiempo para meditar y para **ACTUAR**, transformando las crisis en oportunidades.

Te repetimos, la desesperación por vender puede afectar a tu marca negativamente, los consumidores, están mirando escenas sobre nuevas cosas, nuevas tendencias y más tiempo con lo escencial de la vida.

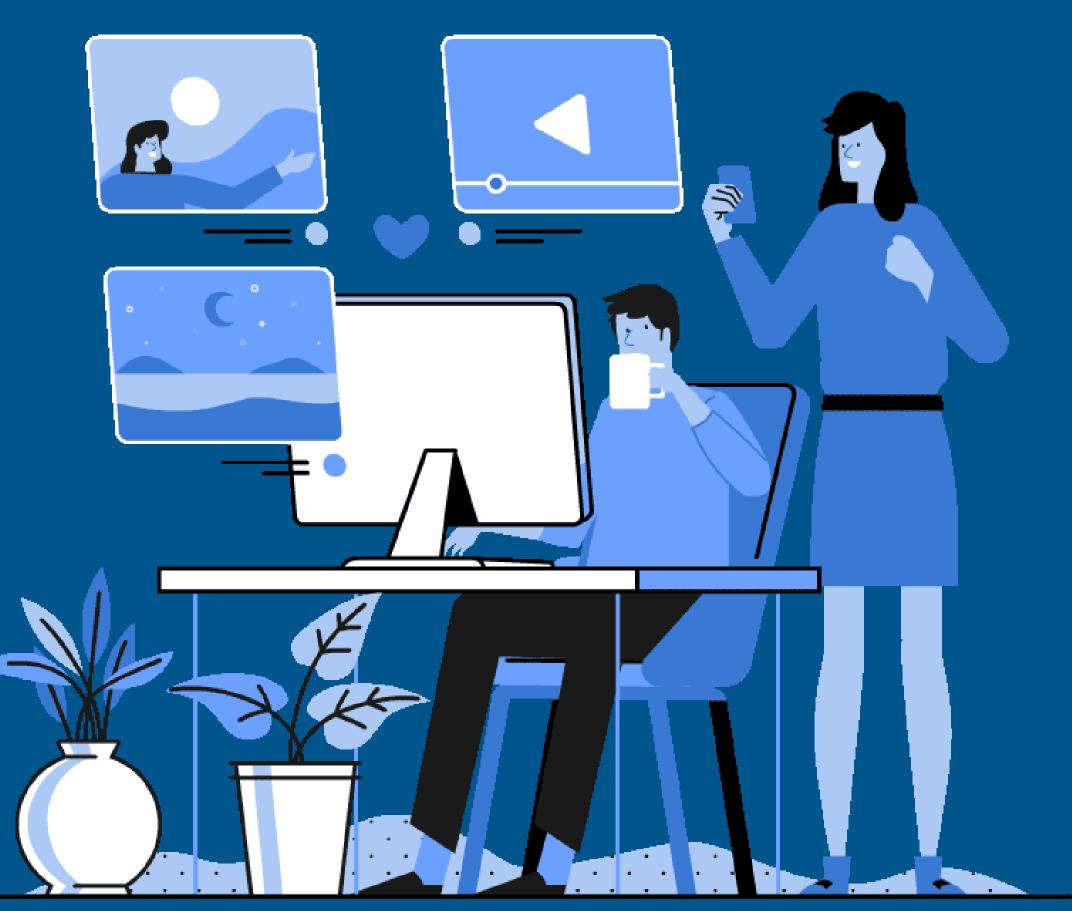
En el neuromarketing hemos visto como el consumidor ha realizado muchas de sus compras de manera emocional, primando sobre lo racional, ahora estarán valorando más los aspectos racionales, seguridad en los procesos de fabricación, calidad de los productos, respaldo de la marca, envases, etc.

Por último, recuerda que el nuevo consumidor, en 15 días aprendió el equivalente a 15 años de tecnología a la fuerza, como camino de supervivencia sin importar edad, profesión ni ninguna variable, ya que quiere sobrevivir. Estos elementos generarán un ciclo nuevo de marketing, implementación de nuevos negocios y emprendimientos, motivo por el cual tienes que **ACTUAR de manera inteligente**.



# CÓMO CUBRIR LAS

NECESIDADES



## 10 TIPS POST CUARENTENA

El aprender a comportarse post cuarenta, irá de la mano con las acciones a ejecutar dentro de tu negocio, por ejemplo:

- 1. Identificar tus **Early Adopters**, ellos serán los primeros seguidores que tendrás post cuarentena, serán los primeros que han obtenido beneficios satisfactorios con tu producto, debido a que tú les resuelve el problema que les afecta.
- 2. Asegurarnos que tenemos una conexión de internet buena, ahora el internet se convierte en un servicio básico.
- 3. Explorar **herramientas digitales** que ayudaran a promocionar tu negocio. En la región Piura, el FACEBOOK, lo utiliza el 95% de jóvenes de 18 a 29 años lo utilizan, NO cometas el error mezclar tu perfil personal, con el tú negocio o empresa.
- 4. Construir la **lista de clientes** que alguna vez nos han comprado y/o contactado y comunicarnos con ellos, mediante una llamada, hacerles sentir importantes, con el fin de establecer contactos y relaciones FUERTES.
- 5. Tenemos que lograr resolver problemas y ser reconocidos como héroes antes tus clientes.
- 6. Proyectar una **imagen responsable**, limpia, estar listos para estrellarnos con el éxito.
- 7. Aprender los tips básicos virtuales para hacer un buen video con tu celular.
- 8. Aplicar el **Storytelling**, la cual es el arte de contar una historia para conectar con tus clientes. Cada negocio tiene una historia, cada organización tiene una visión, cada empresario tiene un sueño y cada producto tiene magia. Todos tenemos una historia.
- 9. Lograr tener recomendaciones **"boca- oreja"**, siendo la herramienta más poderosa de las VENTAS, ya que el testimonio de un cliente satisfecho te hará diferencia de la COMPETENCIA.
- 10. Estar atentos a las **nuevas normativas y protocolos** que el gobierno pueda dar y que pueda afectar positiva o negativamente tu negocio.



ENTENDER QUE TE ESTÁ DICIENDO EL CONSUMIDOR / YADAPTARTE AL CAMBIO





# Y TU...; YA EMPEZASTE A ACTUAR?

## **Entonces te recomendamos lo siguiente:**

#### Más que nunca, debemos estar activos en las redes sociales

En estos momentos de aislamiento, las redes sociales juegan un papel de distracción y de información muy alto en toda la población. Esto lo tienes que aprovechar, puedes publicar sobre tus productos, además seguir posteando algo positivo y empático con las personas, para asegurar la aparición y difusión en las RRSS. Y si no tienes Redes Sociales, es momento de empezar.

#### Concéntrate en ayudar a tus clientes a través de canales digitales

Es importante no descuidar a tus clientes, en tiempo de crisis, debes aumentar tus capacidades de servicio al cliente y garantizar una comunicación óptima y oportuna. Las REDES SOCIALES son una buena opción para fomentar esta comunicación, utiliza Facebook Messenger, WhatsApp y otras plataformas de mensajería instantánea.

#### Ten un plan para mantener tus ventas

Ahora es el momento de pensar en formas innovadoras para poner tu producto o servicio en manos de tus clientes. Es posible que debas cambiar la forma en que entregas tus productos o servicios y elaborar un cronograma de despacho luego que pase la situación de emergencia.



## ALGUNAS IDEAS PARA TU CONTENIDO DIGITAL

Como ya lo mencionamos, es tiempo de mover nuestras redes, pero si aún no tiene idea de qué publicar, aquí te dejamos algunos ejemplos:

**Tienda de ropa / moda:** Cómo organizar el closet, tips de maquillajes, consejos para lavar correctamente una prenda. **Tienda de mascotas:** Cómo bañar tu mascota en casa, cómo enseñarles trucos a tus mascotas, tips para acicalar y

darle un nuevo look a tu engreído de 4 patas.

**Aparatos tecnológicos:** Aplicaciones para no aburrirnos en la cuarentena, apps para juegos en línea más usadas, cómo aprender un nuevo idioma en línea.

**Tienda de regalos:** Cómo elaborar lindos y divertidos lazos, aprende a envolver regalos con papel reciclado, crea bonitas tarjetas de agradecimiento con material de casa.

**Bares / restaurantes:** Aprende a preparar las mejores bebidas en casa, recetas y secretos de la comida, playlist con las mejores canciones para no caer en el aburrimiento.

**Ferreterías:** Cómo reciclar muebles antiguos, mejores consejos para remodelar tu terraza, ¿quieres pintar la casa tu mismo? sigue estas recomendaciones.

**Venta de servicios:** Cómo mantenerte comunicado con tus clientes de forma remota, mejores aplicaciones para videollamadas, tips para mejorar la atención al cliente.





# **ESTAR** ENLA MENTEDEL CONSUMIDOR











Las marcas y las empresas se adaptan al contexto



# LOQUE AYER TE FUNCIONÓ PUEDE

FRACASAR

MANANA



# LA ADAPTACIÓN AL MUNDO DIGITAL

La reactivación económica del Perú, está bien planteada en cuanto al proceso nacional, pero hay que revisar los procesos a nivel individual por sectores, los protocolos que se van a implementar a partir de esta pandemia, estarán las empresas, sobre todo las pequeñas, en capacidad de poder implementarlas, es una pregunta que aún se debe responder.

Por otro lado, se volverá requisito de las pequeñas **empresas y emprendedores**, revisar los protocolos que el gobierno estará implementando en cada sector, para que a partir de allí, se pueda conocer que es lo que se está exigiendo, en cuanto a elementos de bioseguridad, fumigación, distribución de insumos, entre otros; con el objetivo de ser un postor que satisfaga estas necesidades.

Los profesionales y personas en general, deben **adaptarse de manera rápida**, al mundo virtual y digital, tienen la necesidad urgente de conocer las herramientas digitales que hoy existen, para continuar siendo empleables, lo tradicional se estará dejando de lado, para dar paso a lo innovador y el que no se adapta, morirá junta a esta pandemia.

Respecto a los servicios post cuarentena, tal vez se produzcan cambios en el **transporte**, por ejemplo, los colectivos que antes llevaban 4 o 5 personas, deberán llevar ahora 2 o 3 pasajeros máximo, lo que puede generar un incremento en el pasaje; por otro lado, el sector **turismo** tal vez sea el que tarde en recuperarse, ya que la ciudadanía se siente más segura dentro de su hogar y el momento que decida salir de ésta, para hacer turismo, se debe estar preparado para que los hoteles, restaurantes, centros de esparcimiento, puedan ser considerados zonas **COVID FREE**.

A los emprendedores les diría que la gente está requiriendo web cam, audífonos, herramientas que permitan a las personas hacer o participar de video conferencias, tele trabajo, por allí pueden ver un buen nicho de mercado.

Ing. Segundo Reusche - Director Secretario Nacional Colegio de Ingenieros del Perú

# LOS PROFESIONALES



ING. SEGUNDO REUSCHE
Director Secretario Nacional CIP



ECON. WILLIAR HIDALGO
Past Decano Coleg. Economistas



ING. MANUEL ASMAT Decano CIP - Piura



ARQ. CARLOS GUZMAN
Director Grupo Proyecta



ECON. VIVIANA HOLGUIN
Especialista Proyectos Sociales



ECON. GABRIELA GUANILO Docente Facultad Economía - UNP



LIC. BENITO VIGNOLO Empresario Gastronómico



LIC. VERÓNICA RAMOS Psicóloga Grupo Florecer



ABOG. DANIEL CASTILLO Castillo & Castillo Asociados





www.lunaconsultores.com

luna consultores@gmail.com



