

La hora de la reinvencción





Muchas pymes se han visto obligadas por la crisis a buscar formas nuevas de mantener el negocio, acelerando la digitalización u ofreciendo sus productos y servicios a domicilio.

La pandemia del Covid-19 está teniendo un impacto devastador en muchas micro, pequeñas y medianas empresas. El cierre de locales, la baja demanda y la crisis económica golpea fuerte las ventas, forzando a recurrir a la creatividad, la reinención y a buscar nuevas formas de seguir con el negocio.

Es el caso de Martín C Peluqueros, salón ubicado en Vitacura de propiedad de Martín Cortez, que vio reducida la afluencia de su clientela a un 20% a partir de la segunda quincena de marzo, y ya había sufrido perjuicios desde octubre derivados de la situación social.

La situación exigía soluciones rápidas y así fue como Martín Cortez decidió comenzar a enviar a sus clientas kits de coloración y productos de tratamiento a domicilio, conociendo ya los productos y tonos que ellas usan.

La medida tuvo gran éxito, y en poco tiempo se sumaron nuevas clientas, a quienes se solicita una foto para determinar la fórmula que se adapte a su color. "Actualmente, somos capaces de llegar a la puerta de cada persona y evaluar con cierta distancia los tonos y poder preparar "in situ" una fórmula mejorada y más específica para cada una. Luego enviamos un tutorial para su aplicación y algunos tips para peinado, tratamientos en casa y, para las más osadas, podemos asistirles en técnicas de corte".

Asimismo, antes de la cuarentena obligatoria implementó en el salón rigurosas medidas sanitarias, como acrílicos divisorios en puestos de manos, de corte y en la caja, así como desinfección permanente de cada puesto de trabajo, instalación de alfombra impregnada en cloro en la entrada, uso de mascarillas y antiparras en todo momento y ampliación del horario de atención. Además se dispusieron vasos desechables para café y bebidas, se retiraron revistas y tablets y se agendan horas con mayor espacio de tiempo entre una clienta y otra, con el personal dividido en turnos para evitar la reunión de muchas personas.

Con todas estas medidas la respuesta del público fue muy buena antes de la cuarentena, lo que les permitió funcionar a un 50%. "Esperamos poder mejorar esta cifra a un 60% en la medida que la emergencia se vea más controlada", dice Martín.