

NOS PONEMOS A LA ALTURA DE LOS DESAFÍOS

NAVEGAMOS A TRAVÉS DEL COVID-19 EN WISCONSIN®



**Estrategias y recursos para pequeñas empresas
y grupos comunitarios**



Wisconsin Main Street y la Wisconsin Economic Development Corporation (WEDC) aprecian la gran incertidumbre y preocupación que enfrentan nuestras pequeñas empresas e instituciones cívicas y culturales frente a la actual pandemia. Elaboramos esta guía para servir como un depósito de ideas, consejos y prácticas recomendadas, compilados de recursos locales, estatales y nacionales, para permitir que estas comunidades sobrevivan y avancen ante las circunstancias actuales que cambian rápidamente.

Estos son momentos sin precedentes, pero para muchos las empresas deben continuar. Para las empresas y comunidades, es difícil saber a dónde acudir y exactamente cómo proceder.

En este documento, incluimos una lista de recursos y estrategias que ayudarán a reunirse con sus residentes y clientes en el espacio digital y le proporcionarán recursos para abordar los desafíos a corto y largo plazo que pueda enfrentar.

ÍNDICE

LO QUE SABEMOS.....	3
NOS PREPARAMOS PARA EL FUTURO.....	5
ESTRATEGIAS COMUNITARIAS.....	8
PLANIFICACIÓN DE EVENTOS	10
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.....	12
IDEAS DE MARKETING	16
FONDOS Y RECURSOS TÉCNICOS.....	17



La persistencia y la resistencia solo provienen de haber tenido la oportunidad de resolver problemas difíciles.

~Gever Tulley

LO QUE SABEMOS

Dado que otros estados y países estuvieron al frente de esta pandemia, podemos obtener información útil de sus experiencias.

- Los minoristas del área de Seattle informaron disminuciones del 20 % al 90 %, según el tipo y la ubicación, durante la primera semana de cierres. La ocupación hotelera se ha reducido al 30 % en el área metropolitana (frente al 85 % habitual para esta época del año).
- Es probable que las empresas que dependen de estudiantes o trabajadores resulten más afectadas. Al parecer, la situación es mejor en el caso de las empresas ubicadas en áreas residenciales: las personas permanecen en sus vecindarios y allí llevan a cabo las actividades comerciales.
- Las empresas que dependen de actividades turísticas de larga distancia o reuniones grupales (conferencias, conciertos) se verán significativamente afectadas.
- También es probable que las empresas que venden productos perecederos o productos con largos ciclos de inventario tengan más dificultades para hacer ajustes rápidos a una situación variable.
- En China, donde se identificó el virus por primera vez, ahora, después de aproximadamente seis semanas de cierre total, se están levantando las cuarentenas (aunque persisten protocolos de seguridad rigurosos). Starbucks estima que los ingresos del primer trimestre disminuirán un 50 % en general en China como consecuencia de la pandemia.
- Las pautas del Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) de Estados Unidos recomiendan este nivel de precaución durante al menos ocho semanas, lo que prolongaría el período de cierre hasta mayo, y es posible que las prohibiciones se extiendan aún más de acuerdo con el nivel de infección presente llegado el momento. Wisconsin ha determinado el cierre de escuelas y otros establecimientos de forma indefinida.

ENLACES ÚTILES

Lo que debe saber, incluidos los síntomas, sobre el coronavirus de los CDC:

<https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/index.html>

Gráfico de lavado de manos de la Organización Mundial de la Salud:

https://www.who.int/gpsc/clean_hands_protection/en/

NOS PREPARAMOS PARA EL FUTURO



Las empresas de todo tipo deben prepararse para la interrupción en todos los niveles.

Las cadenas de suministro se han visto y se verán afectadas por brotes en China, así como por dificultades logísticas. Es posible que los minoristas no puedan recibir el inventario de manera oportuna y que algunos productos no estén disponibles en absoluto. Continuará la escasez específica de productos predominantemente chinos, como premios, medallas, elementos de RFID (identificación de radiofrecuencia), como baberos de carreras, y otros componentes electrónicos.

ESTRATEGIAS

- Identifique las fuentes de productos y materiales localmente si es posible. Esto proporcionará estabilidad a los problemas de la cadena de suministro y también respaldará a las empresas locales. También puede permitirle acortar su ciclo de inventario para permitir pedidos más pequeños y más frecuentes que posibiliten adaptarse a la demanda cambiante.

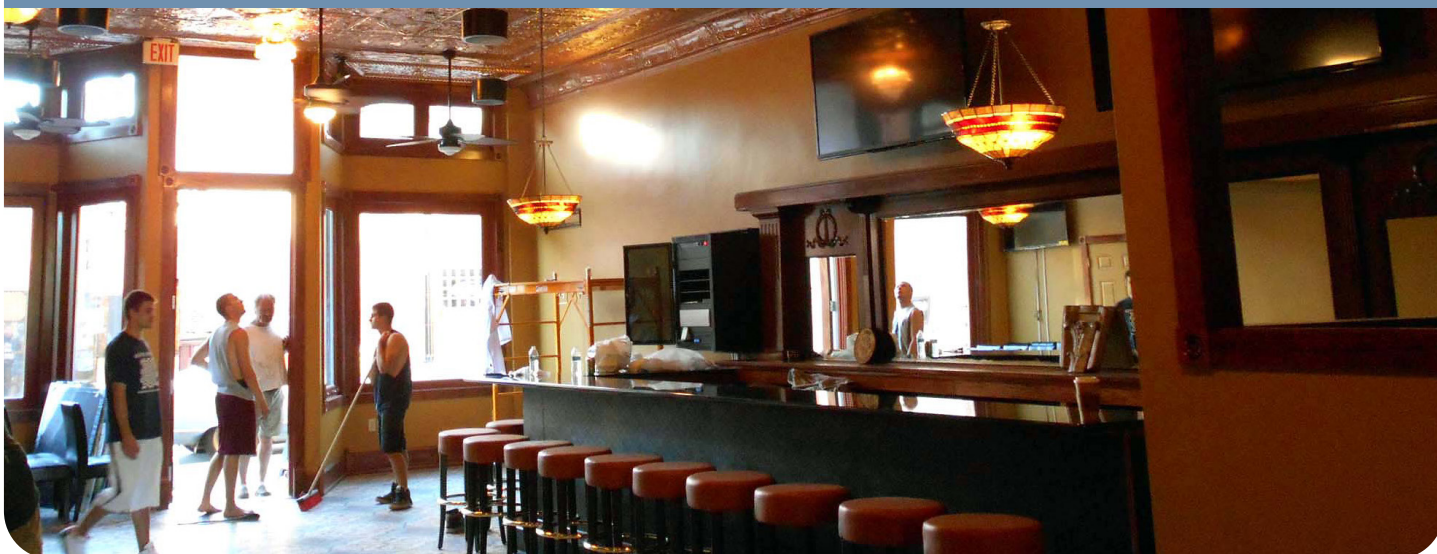
NOS PREPARAMOS PARA EL FUTURO



Los niveles de personal se verán afectados, incluso si su empresa no tiene restricciones formales. Los empleados pueden verse obligados a quedarse en su casa debido a una enfermedad personal o la necesidad de supervisar a los niños que ya no están en la escuela, o por temor a contraer el virus.

- **En la medida en que sea posible, proporcione opciones para licencia por enfermedad u opciones de trabajo a distancia para los empleados que estén enfermos o que se hayan expuesto al virus. Los empleados que trabajen en su casa aún pueden realizar tareas, como administrar las redes sociales, hacer llamadas a clientes clave y negociar con vendedores o proveedores. Considere priorizar el trabajo en la casa para los empleados más vulnerables (trabajadores mayores, trabajadoras embarazadas, aquellos con problemas de salud preexistentes).**
- **Recuerde elaborar un plan de lo que usted, el propietario, hará si usted o un familiar cercano contraen el virus y no pueden trabajar. Contar con un plan que se pueda implementar de manera rápida y remota será importante en esta situación.**

NOS PREPARAMOS PARA EL FUTURO



Se pueden exigir cambios operativos para garantizar la salud de los clientes y empleados. Examine sus prácticas de limpieza en función de las recomendaciones de los CDC y agregue o comunique sus políticas para demostrar que se toma en serio la seguridad de los clientes. Del mismo modo, puede ser necesario aclarar o actualizar sus políticas de cancelación o programación para permitir que los clientes cumplan con las reglamentaciones locales o cancelen citas en caso de enfermedad.

ESTRATEGIAS

- Aumente los procedimientos de limpieza agregando desinfectante para las manos en la caja registradora, limpiando el lector de registro y tarjeta de crédito después de cada cliente, limpiando los baños con más frecuencia, limpiando la manija de la puerta después de cada cliente, etcétera. Comparta fotos del personal en las redes sociales que muestren que se sigue este procedimiento para generar la confianza del cliente y la tranquilidad.
- Es posible que las empresas deban limitar la capacidad de cumplir con el límite de 10 personas y garantizar un distanciamiento social adecuado. Ofrezca enviar mensajes a los clientes cuando se libere un espacio si se alcanzan los límites de capacidad.
- Comunique sus políticas vigentes y actualizadas con los clientes. Aclare su compromiso con la salud y demuestre su capacidad para mantener seguros a los clientes cuando visiten su empresa. También puede utilizar estos mensajes para comunicar los nuevos servicios o productos que pone a su disposición para ayudarlos a relacionarse con la empresa, mientras protege su salud.

ESTRATEGIAS COMUNITARIAS

ESTRATEGIAS DE APOYO EMPRESARIAL

Las pequeñas empresas están atravesando una situación difícil debido al tráfico peatonal reducido. Si bien los clientes pueden no estar dispuestos a hacer compras en la forma habitual o no pueden hacerlo, los bienes y servicios que ofrecen estas pequeñas empresas aún son necesarios para los residentes. Si bien cada empresa deberá ajustar sus ofertas específicas para satisfacer las necesidades de los clientes, las comunidades y las organizaciones cívicas pueden brindar apoyo individual a las empresas que tienen dificultades para identificar estrategias apropiadas; servir como fuente central de informes para el cierre de empresas; y ayudar a coordinar o promover ofertas nuevas disponibles en línea, de entrega o para llevar en las empresas locales. Algunas posibles estrategias para apoyar a sus pequeñas empresas durante este tiempo incluyen las siguientes:

Redes e intercambio de información: el entorno está cambiando rápidamente, y los dueños de las empresas quizás no tengan la capacidad de mantenerse informados sobre las pautas variables. Proporcionar actualizaciones periódicas sobre las pautas locales y de los CDC, así como sobre los cierres locales y otras circunstancias que puedan cambiar los patrones de tráfico, les ayudará a personalizar sus estrategias de manera efectiva. Es posible que las organizaciones cívicas también deseen considerar tener una “charla con el ayuntamiento” semanal en una videoconferencia en línea o por teléfono para proporcionar un lugar para conversar sobre los desafíos y las prácticas recomendadas entre las empresas y su organización o municipio.

Comunicaciones con el cliente: permitir que los clientes accedan a información sobre el estado de la empresa (abierta o cerrada), las horas de funcionamiento y las opciones en línea o basadas en entrega para su comunidad en un sitio web centralizado puede ayudar a reducir la confusión y facilitar a los clientes el apoyo a las empresas locales.

Base de datos del menú: cree una lista de restaurantes locales que permitan llevar comida o tengan opciones de entrega, y escanee o cree un enlace a sus menús. Algunas organizaciones también han creado versiones de fuente grande de estos menús para facilitar la lectura a las personas mayores.

Venta minorista digital: promover compras en línea, por ejemplo, mediante la creación de una serie de publicaciones en redes sociales que destaquen las opciones en línea, coordinar un mercado en línea centralizado o hacer que los certificados de regalo de la comunidad estén disponibles para su compra (y uso futuro) en línea puede optimizar las opciones para los clientes que desean marcar una diferencia. Algunas comunidades también están coordinando reuniones de tarjetas de regalo para generar ventas para las empresas locales y la creación de tarros de propina virtuales que vinculan las opciones de pago en línea para empleados de servicios locales, como baristas, camareros o estilistas, de modo que los clientes puedan utilizar una plataforma en línea para enviar propinas.

ESTRATEGIAS COMUNITARIAS



Actividades coordinadas: las organizaciones de apoyo comunitario también tienen desempeñan un papel en ayudar a las empresas a unirse y aprovechar las economías de escala, así como la responsabilidad de ayudar al medioambiente y la infraestructura municipales a fomentar formas nuevas de interactuar con las empresas locales.

Los ejemplos pueden incluir lo siguiente:

- Desinfectar los servicios públicos (banco y fuentes de agua potable), especialmente en los parques por donde las personas aún transitan
- Recopilar información sobre recursos locales, como líneas directas de atención médica, tiendas de comidas gratuitas, líneas telefónicas para vigilar a las personas mayores confinadas en sus hogares, etcétera.
- Utilizar una plaza pública o ubicación central para distribuir comidas comunitarias gratuitas u otros productos proporcionados para quienes necesiten.
- Coordinar un servicio de entrega. En comunidades sin servicios de entrega formales, como Grubhub, DoorDash o Uber Eats, las empresas pueden coordinarse para compartir el personal para brindar un servicio de entrega de los productos a los clientes. Las comunidades con programas existentes de taxis o viajes compartidos pueden hacer participar a estos conductores en nombre de las empresas del centro.
- Abogar por reglamentaciones flexibles o situaciones de estacionamiento modificadas para adecuarse al tráfico adicional de transporte y recogida. Esto puede implicar agregar espacios de estacionamiento temporales de corta duración o estar exentos de forma temporaria de las tarifas de estacionamiento (por ejemplo, en las calles laterales para los empleados durante la crisis). Es posible que los bares y restaurantes necesiten ayuda para ampliar sus instalaciones para permitir la recogida de cerveza o vino embotellado en la acera junto con la cena.

Esté atento a las noticias nacionales, estatales y locales sobre estos temas e informe a las empresas locales sobre las medidas que afectarán sus operaciones y planificación.

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

La mayoría de las organizaciones comunitarias han estado ocupadas planeando eventos para la próxima temporada. Si bien se han cancelado o postergado la mayoría de los eventos a corto plazo, aún pueden modificarse otros para fomentar un sentido de comunidad sin la necesidad de reuniones presenciales.

Impacto financiero: según el tipo de evento y la cantidad de elementos que se han comprometido o pagado previamente, las organizaciones deberán revisar las cláusulas de caso fortuito y fuerza mayor incluidas en sus contratos. Esta cláusula de “caso fortuito” proporciona a los participantes o planificadores de eventos una opción de impago como resultado de un evento imprevisto. La capacidad de cancelar con implicaciones financieras limitadas o nulas dependerá de la solidez de esta cláusula en su contrato (aunque muchos lugares y proveedores están intentando trabajar con los planificadores en la medida de lo posible).

The screenshot shows a Facebook event page. On the left is a navigation menu with options: Events, Calendar, Birthdays, Discover, Community Strategies for Identifying & Addressing Social Issues (highlighted), and Hosting. Below the menu is a '+ Create Event' button. The main content area features a post from 'Coronavirus (COVID-19) and Large Events' with a link to 'See Guidelines'. Below this is a large image of a globe with icons representing community and social issues. The event title is 'Community Strategies for Identifying & Addressing Social Issues', scheduled for June 11 at 9 AM - 4:30 PM. It is a public event hosted by 'Wisconsin Main Street and Ladysmith, Wisconsin'. Below the title are buttons for 'Interested' and 'Going'. At the bottom right, there is a list of 'Related Events' including 'Night Market Promotions Call', 'UniverCITY Year Webinar', 'Merchandising Best Practic...', 'Ladysmith Northland Mardi ...', 'South of 8 at Music in the Pa...', and 'South of 8 at 211 Club!'. The footer contains links for Privacy, Terms, Advertising, Ad Choices, Cookies, and More, along with the Facebook copyright notice for 2020.

Transmisión en vivo o en línea: todo o una parte de sus eventos puede desarrollarse en línea para evitar una pérdida financiera completa. Las subastas en vivo pueden convertirse en subastas en línea, los eventos de trivia pueden transmitirse en línea, los desfiles de moda transmitidos en vivo se pueden publicar completos con compras mediante un solo clic y las carreras se pueden convertir en desafíos en línea. Todo esto puede permitir a los participantes comprometerse con la organización y reemplazar un evento anticipado por un compromiso en línea con otros asistentes (al mismo tiempo que retiene algunos ingresos del evento para compensar los costos no reembolsables).

PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

Otros ejemplos incluyen los siguientes:

- **Trivia en línea:** las familias pueden participar para jugar entre ellas en un evento de trivia en línea. Existen muchos sistemas de software que pueden ayudar. Crowdpurr es un sistema que ofrece la opción de bricolaje o capacidad incorporada, mientras que Kahoot y TriviaMaker le permiten hacer sus propias preguntas y reglas de trivia. Otros tienen categorías y preguntas preestablecidas, así como asociaciones con grandes corporaciones para ofrecer premios adicionales en la aplicación.
- **Reuniones en línea:** si desea reunir virtualmente a sus comerciantes del centro, grupo de tejer, grupo de libros u otro club social, existen muchas opciones de reuniones en línea gratuitas. Estas incluyen Skype, WebEx y GoToMeeting, entre otros. Zoom Meetings le permite personalizar su fondo para mostrar una librería o cafetería en lugar del techo de su sala de estar. Google Hangouts es útil porque la mayoría de sus usuarios ya tienen una cuenta de Google, por lo que es menos probable que necesiten descargar una aplicación o software para unirse.
- **Fitness en línea:** las carreras virtuales de todo tipo han ganado popularidad. Puede inscribirse en estas carreras como si fueran una carrera de 5 km normal y obtener un número de boleto. Una vez que complete el evento, cargue una captura de pantalla de su reloj, teléfono GPS o pantalla de cinta de correr y se agregará a una tabla de clasificación en línea. A diferencia de las carreras únicas, estos eventos pueden presentar desafíos de un mes e incorporar cualquier tipo de actividad. La revista Outside publicó un artículo útil sobre la planificación de este tipo de evento: <https://www.outsideonline.com/1978061/how-start-your-own-virtual-race>
- **Subasta en línea:** existen opciones de subasta en línea y en vivo para organizaciones sin fines de lucro que se pierden un evento de gala. Aunque las subastas en línea le brindan tiempo para llegar a más personas y les permiten ofertar cuando les resulta conveniente, las opciones en vivo aumentan el drama y la participación de los licitadores. También puede combinar las dos, por ejemplo, ofreciendo licitaciones en vivo para algunos productos de firma durante el último día del evento. BiddingOwl y 32auctions son dos que han sido recomendadas por algunas comunidades de Wisconsin.

Consideraciones futuras: de ahora en adelante, incluso cuando se permitan nuevamente las reuniones públicas, es posible que las personas estén más preocupadas por los problemas de salud asociados con las reuniones. Considere agregar estaciones de lavado de manos u otras medidas para ayudar a los asistentes a sentirse cómodos y en control de su salud durante su evento. Ofrecer opciones virtuales, incluso para eventos presenciales, tiene el beneficio adicional de incluir a personas con movilidad reducida o que necesitan adaptaciones especiales.

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES



Las empresas minoristas y de servicios deberán ser creativas para incluir nuevos hábitos de los clientes. Tener en cuenta las necesidades de los clientes confinados en sus hogares puede ayudar a diseñar estrategias efectivas para su empresa y es esencial para mantener las ventas a corto plazo. Considere la siguiente lista de posibles estrategias, agrupadas por tipo de empresa, para identificar ideas que puedan funcionar para su empresa.

Aumente su presencia en línea. Sin duda, hoy se recorren con menos frecuencia las tiendas físicas, pues muchos de los empleados trabajan desde la casa o están allí con los hijos. Conocer a los clientes donde están, que probablemente sea en línea y en las redes sociales, es fundamental para promocionar su mercancía o servicios.

Ventas en línea

Cualquier empresa que aún no tenga una plataforma de ventas en línea deberá crear una ahora para permitir a los clientes adquirir tarjetas de regalo, membresías mensuales u opciones de entrega local. Esto podría ser un elemento independiente de su sitio web, una tienda en línea de bricolaje en una plataforma, como Wix o un sistema vinculado a plataformas de redes sociales existentes. Si siempre ha deseado dar el salto en las ventas en línea, considere esto una excelente oportunidad para explorar opciones de venta en línea que se coordinen con su sistema de punto de venta actual. Este sitio web destaca los pros y los contras de varias opciones: <https://www.practicalecommerce.com/9-Tools-to-Sell-on-Facebook>

Es necesario mostrar algunos productos para que se entiendan. Si sus productos o servicios no están preparados para una tienda en línea que tenga la opción de comprar con un solo clic, piense en demostraciones en vivo de Facebook de su producto. Si bien puede vincular el video en vivo a su tienda virtual, también puede usar tecnología baja y permitir que los espectadores se comprometan a comprar en los comentarios, y luego completar la transacción por mensaje directo o pagar la tarifa mínima de suscripción a las plataformas CommentSold o Soldsie, que agilizan el proceso. Este artículo destaca algunas prácticas recomendadas e historias de éxito: <https://www.shopify.com/retail/retailers-who-are-nailing-facebook-live-and-how-you-can-too>



MINORISTAS

¿No está seguro de lo que necesitan sus clientes? Practique la “clientela personal”. Eche un vistazo al primer 20 % de sus clientes y haga que sus empleados los llamen y pregunten qué podrían necesitar. Entonces entrégueselo.

- Opciones de entrega o recogida en la acera: permiten a los clientes recoger pedidos en línea en la acera o hacer que se entreguen localmente.
- Considere preparar paquetes de entrega para que esto sea rentable (kits para aprender a tejer, manualidades en una caja, películas para la familia, paquetes de atención médica, etcétera).
 - Las librerías podrían ofrecer paquetes para amantes del misterio, para amantes de las biografías, para niños, etcétera.
 - Las tiendas de mascotas podrían crear paquetes de todo lo que su mascota puede necesitar en un período de dos a tres meses (comida para perros/golosinas/paquetes de juguetes, comida para gatos/arena/paquetes de hierba gatera, etcétera). Estos son los mismos artículos que los clientes comprarían de todos modos; solo se están abasteciendo lo suficiente como para un tiempo.
 - Las tiendas de juguetes podrían crear paquetes para que las familias se mantengan ocupadas: paquetes de juegos y rompecabezas, paquetes de artesanías, paquetes de juguetes de construcción.
 - Las ferreterías podrían crear paquetes con bolsas de aspiradora y productos de limpieza para mantener la casa desinfectada y segura, o kits de proyectos de bricolaje para proyectos fáciles de mejora del hogar.
- Precios de membresía: cree programas de membresía prepagos para estimular el flujo de efectivo ahora con la promesa de un compromiso continuo en el futuro (club del vino del mes, club de tejer, etcétera). Casi cualquier producto minorista se puede agrupar en una opción de membresía mensual que los clientes pueden adquirir ahora y usar durante todo el año.
- Foros en línea: círculos de tejer, tutoriales, eventos de compras desde el hogar, hora de cuentos de la librería, es decir, cualquier opción para mantener a los clientes interesados y su empresa como prioridad
- Servicios en línea personalizados: compras personales, consultas de diseño del hogar, etcétera.

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES



Proveedores de servicios personales (salones, cuidado de mascotas, terapeutas, etcétera).

- **Citas en línea o virtuales:** los terapeutas, prestadores de atención médica, etc., pueden utilizar citas en línea (Facebook Messenger es una aplicación que tiene una opción de programación) para programar citas virtuales para aquellos que no puedan asistir en persona.
- Las opciones de membresía pueden proporcionar efectivo hoy y fidelizar a los clientes en el futuro. La membresía de un consultorio veterinario puede cubrir la atención veterinaria básica con una tarifa mensual. Los salones y spas pueden ofrecer una reserva previa de futuros masajes, tratamientos faciales, cortes de cabello u otros servicios con un descuento para traer efectivo hoy.

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES



Gimnasios

- Clases de gimnasia en vivo para los participantes que estén en su casa.
- Ofrezca capacitación virtual o corrección de formularios para clientes que estén en su casa.
- Organice un desafío mensual para que los usuarios carguen capturas de pantalla o miren fotos de sus entrenamientos en casa para registrar minutos y poder obtener premios.

Restaurantes

- Entrega o recogida en la acera: permita a los clientes realizar pedidos con anticipación para la entrega o recogida. Consulte la guía de recursos al final de este documento para establecer asociaciones de entrega.
- Opciones de comida familiar: considere una opción de comida familiar que incluya una comida familiar (plato principal y acompañamientos) como una opción para cenar.
- Ofrezca comidas preparadas u opciones de bricolaje, como kits de decoración de pizza o galletas.
- Continúe con sus eventos de trivia existentes con opciones de transmisión en vivo en línea (después de, por supuesto, coordinar la recolección de botellas de cerveza).
- Presente publicaciones en las redes sociales que destaquen a su maestro cervecero o chef para fomentar conexiones personales y resaltar lo que su empresa provee a los clientes. Ofrezca consejos profesionales para cocinar, elaborar platos, maridar vinos, etcétera.

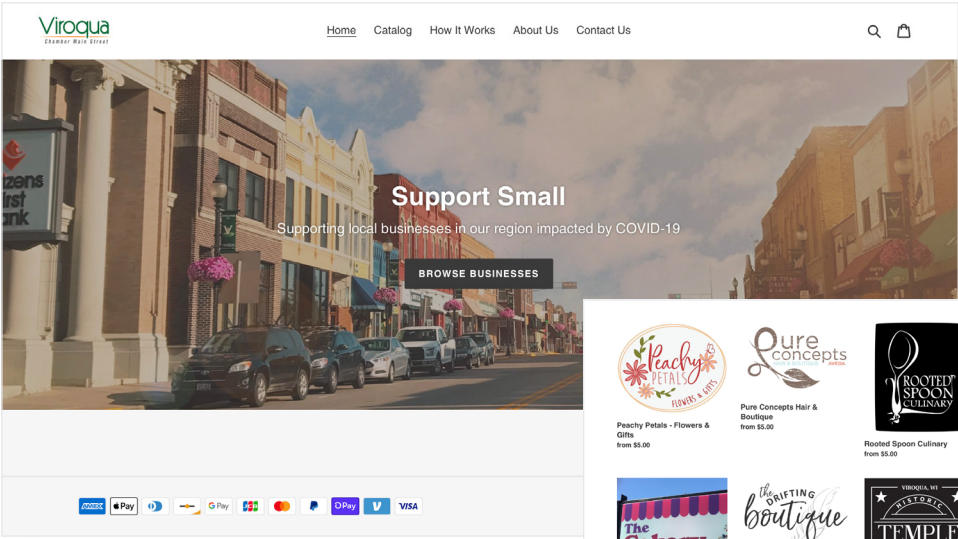
Instituciones artísticas y culturales

- Ofrezca recorridos en vivo personalizados por celebridades o salas de conciertos o exhibiciones.
- Chats de análisis de autores o artistas anfitriones o demostraciones en vivo de Facebook de los artistas en el trabajo o ensayando.
- Para artistas individuales afectados por estudios cerrados, enfermedades o eventos cancelados, estos recursos pueden ser de ayuda:
 - **ArtsReady:** recursos de preparación para emergencias para organizaciones sin fines de lucro artísticas y culturales: <https://www.artsready.org>
 - **CERF:** Organización de la Red de Seguridad de Artistas: <https://cerfplus.org/>

IDEAS DE MARKETING

Para organizaciones

Las comunidades y organizaciones civiles deben comunicarse con frecuencia y claridad para proporcionar información útil y oportuna a los clientes, los trabajadores y residentes. Muchas son conscientes de las dificultades impuestas por la situación en las empresas locales y en las personas, pero no están seguras de cómo ayudar eficazmente. Las siguientes plantillas de comunicaciones se pueden emplear para comunicarse con estos destinatarios.





Peachy Petals - Flowers & Gifts
from \$5.00



Pure Concepts Hair & Boutique
from \$5.00



Rooted Spoon Culinary
from \$5.00



Tangled Hickory
from \$5.00



The Bakery & Bake Shop
from \$5.00



The Drifting Boutique
from \$5.00



The Historic Temple Theatre
from \$10.00



Viroqua Public Market
from \$5.00









16

FONDOS Y RECURSOS TÉCNICOS

Mientras se están desarrollando soportes adicionales e implementando en los niveles locales, estatales y federales, ya se han puesto a disposición algunos programas nuevos, y existen otros recursos para apoyar a las pequeñas empresas que se han visto afectadas.

Algunos de estos incluyen los siguientes:

La **Administración de Pequeñas Empresas de Estados Unidos (SBA)** ha creado la página Pautas para las pequeñas empresas, que se actualiza de forma periódica con recomendaciones, políticas y programas. <https://www.sba.gov/page/coronavirus-covid-19-small-business-guidance-loan-resources>

WhizBang! Retailers es un foro en línea para pequeños minoristas. Desde ahora y hasta que cese la pandemia, será el anfitrión de un evento de llamadas gratuitas el martes a la 1 p. m. (Hora del Este) para permitir que los pequeños minoristas compartan ideas y prácticas recomendadas. <https://whizbangtraining.com> o en el WhizBang! Página de Facebook.

La fundación **Restaurant Workers Community Foundation** está recopilando información y recursos para ayudar a restaurantes y trabajadores de restaurantes a lidiar efectivamente con la emergencia de la COVID-19. <https://www.restaurantworkerscf.org>

OPCIONES DE FONDOS

Kiva es una plataforma de préstamos colectivos que ofrece préstamos con 0 % de interés a pequeñas empresas a través de una plataforma de prestamistas en línea (locales y globales). Con vigencia inmediata, los solicitantes estadounidenses de un préstamo de Kiva tendrán acceso a las siguientes opciones de préstamos ampliadas en respuesta a la pandemia:

- **Elegibilidad ampliada:** aumentará la cantidad de empresas elegibles para recibir un préstamo de Kiva.
- **Préstamos más grandes:** el préstamo máximo en la plataforma Kiva aumentará de \$10 000 a \$15 000.
- **Período de gracia:** los solicitantes pueden recibir un período de gracia de hasta seis meses para tener mayor flexibilidad financiera.

Las empresas propiedad de mujeres, minorías y veteranos también pueden tener acceso a un aporte del 50 %, hasta \$5000, de WEDC. Para solicitar un préstamo o inscribirse para ser prestamista, visite kiva.org.

FONDOS Y RECURSOS TÉCNICOS

Los fondos de asistencia ante desastres de la SBA se han puesto a disposición de las empresas de Wisconsin. Estos préstamos pueden ser de hasta \$2 millones y los fondos pueden utilizarse para las deudas fijas de pago, nómina, cuentas por pagar y otras facturas que, de otro modo, no se podrían pagar debido al impacto del desastre. La tasa de interés es del 3,75 % para las pequeñas empresas sin crédito disponible en otros lugares; no son elegibles las empresas con crédito disponible en otros lugares. La tasa de interés para organizaciones sin fines de lucro es de 2,75 % en un plazo de 30 años.

<https://www.sba.gov/funding-programs/disaster-assistance>

El Programa de Asistencia ante Emergencias de Camareros de la Fundación Nacional de Beneficencia del gremio de camareros de Estados Unidos (USBG) ofrece fondos de emergencia para el personal de la industria de bares que necesite ayuda económica. No se necesita contar con una membresía de USBG. También se aceptan donaciones adicionales. www.usbgfoundation.org/beap

El Programa Pequeñas Empresas 20/20 de la WEDC proporciona fondos a las Instituciones Financieras de Desarrollo Comunitario (CDFI) con sede en Wisconsin para otorgar subvenciones a clientes de préstamos existentes con el fin de mitigar los problemas de flujo de efectivo a corto plazo y proteger los empleos y la salud pública en respuesta al brote de la COVID-19. Las CDFI y las colaboraciones aprobadas pondrán a disposición subvenciones del programa para las empresas con fines de lucro que son beneficiarias actuales de préstamos en vigencia a partir del 1/3/20 con la CDFI aprobada o sus CDFI colaboradoras. Estas empresas deben tener 20 o menos empleados a tiempo completo o parcial y más de \$0 pero menos de \$2 millones en ingresos anuales. Se dará preferencia a las empresas de servicios y minoristas. www.wedc.org/sb2020

