

”

3 horizontes para las marcas tras la cuarentena

Estudio COVID-19
Global Business Strategy
Findasense, Apr 2020

”

”

Agenda

13:30 - 13:50 Presentación Paper #0 Covid-19 “Escenarios y horizontes de futuro en el consumo y la producción” by Findasense.

13:50 - 14:20 Coloquio moderado por David Espeso de Findasense con la participación de:

- Fuensanta López-Guillén, Directora de Calidad y Satisfacción en Telefónica
- Gonzalo Jiménez Cordero, Director de Marketing en Bimbo EAA (Europa, Africa y Asia)
- Ricardo Sánchez Díaz, Chief Omnichannel Officer en Grupo Día
- Carlos Monserrate, Director de Desarrollo Comercial de Clientes en Bankia

14:20 - 14:30 Q&A para los asistentes

The logo for DEC (Digital Experience Conference) is displayed in a bold, red, sans-serif font. The letters 'D', 'E', and 'C' are stylized and connected at the top.

Autores



David Espeso

Partner & Global Lead of Business Strategy



Tiffany Soto Saenz

Global Lead of Consulting & Research

Los nuevos paradigmas del **FUTURO POST PANDEMIA**

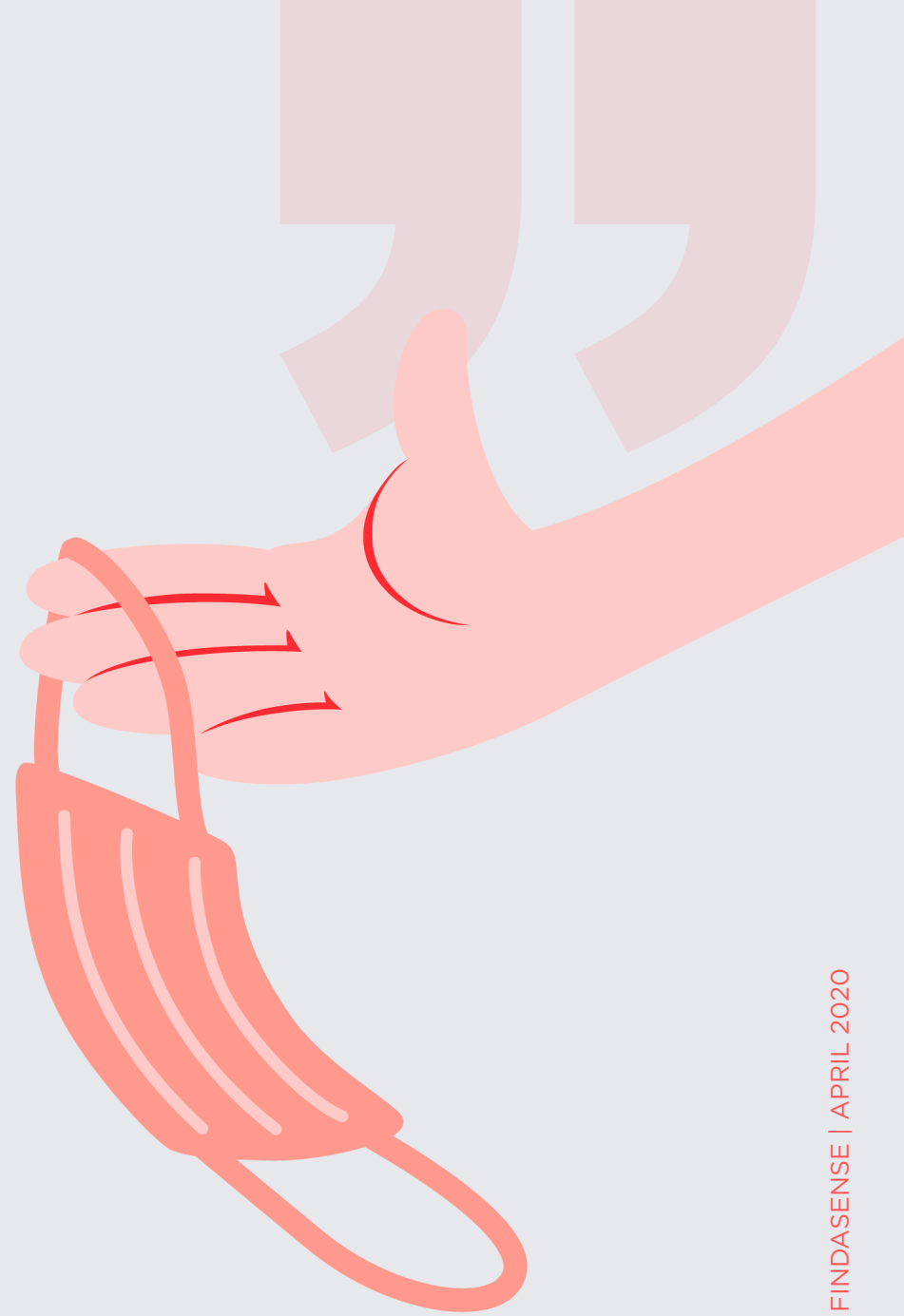
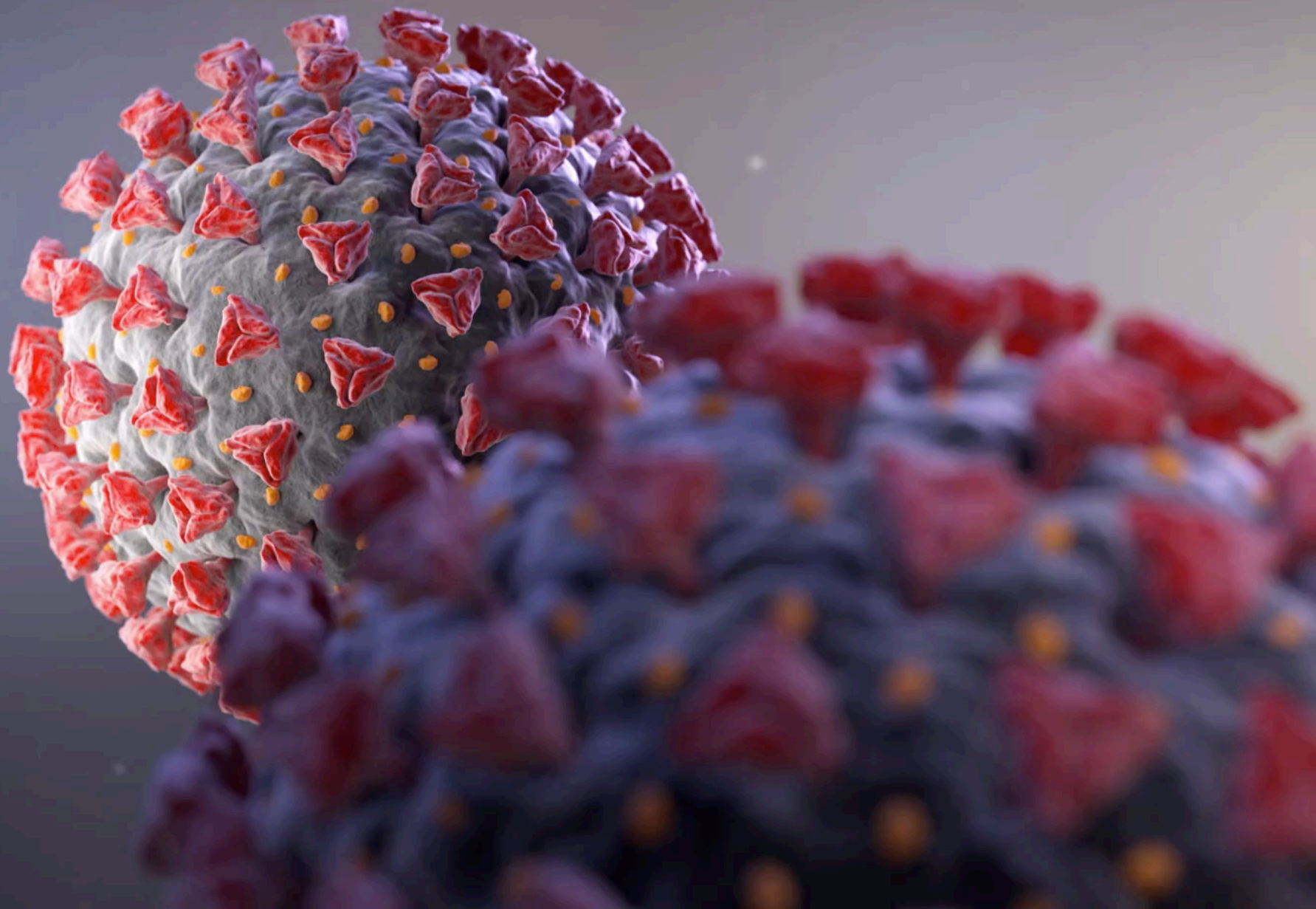


Diagrama PHESTLE



8 patrones emergentes que impactarán el futuro

01

Yo vs el resto

02

Cesión de libertades

03

Progresismo social

04

Transformación digital

05

Diversificación económica

06

Conciencia colectiva

07

Do-it-yourself

08

Casa y cuerpo como templos



Los cuatro escenarios post-cuarentena

Globalización y libre mercado

Continuidad

El modelo económico capitalista pre-existente continúa y grandes empresas dominan el mercado y se consolidan a medida de que muchas pymes desaparecen producto de la crisis. El individualismo triunfa por sobre la responsabilidad social y el bien común. Auge de la automatización y digitalización de la operación y distribución de productos y servicios.

Capitalismo comunitario

Las compañías con propósito social prosperan en una sociedad en la que los consumidores valoran las marcas éticas. Se desarrollan comunidades de makers y productores locales para satisfacer la demanda y salvaguardar el comercio local. Empresas, gobiernos, startups y particulares a nivel mundial colaboran creando ecosistemas de innovación abiertas con foco en STEM.

Individualismo ←

→ Colectivismo

De vuelta a las tribus

Partidos políticos fomentan un discurso anti-inmigratorio y xenófobo en el que prevalece una idolatría a la cultura y al pasado que se perdió. Se incrementa el discurso de fuertes vs débiles, el de la modificación genética para no caer en una nueva pandemia y los países limitan el acceso por miedo a sufrir rebrotes y proteger a la fuerza laboral local.

Autoritarismo 2.0

Modelos autoritarios surgen como consecuencia de la crisis extendiendo el orden y control a través de la monitorización tecnológica ciudadana, medidas populistas y la intervención económica. Una nueva versión de patriotismo económico surge y pone en jaque a la globalización, el libre mercado y comunidades de países como la Unión Europea, OTAN, etc.

Intervencionismo, orden y control

Los 6 próximos meses

Mayo				Junio						
J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
1	2	3		1	2	3	4	5	6	7
7	8	9	10	8	9	10	11	12	13	14
14	15	16	17	15	16	17	18	19	20	21
21	22	23	24	22	23	24	25	26	27	28
28	29	30	31	29	30					

Julio						
L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Agosto						
L	M	M	J	V	S	D
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Septiembre						
L	M	M	J	V	S	D
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

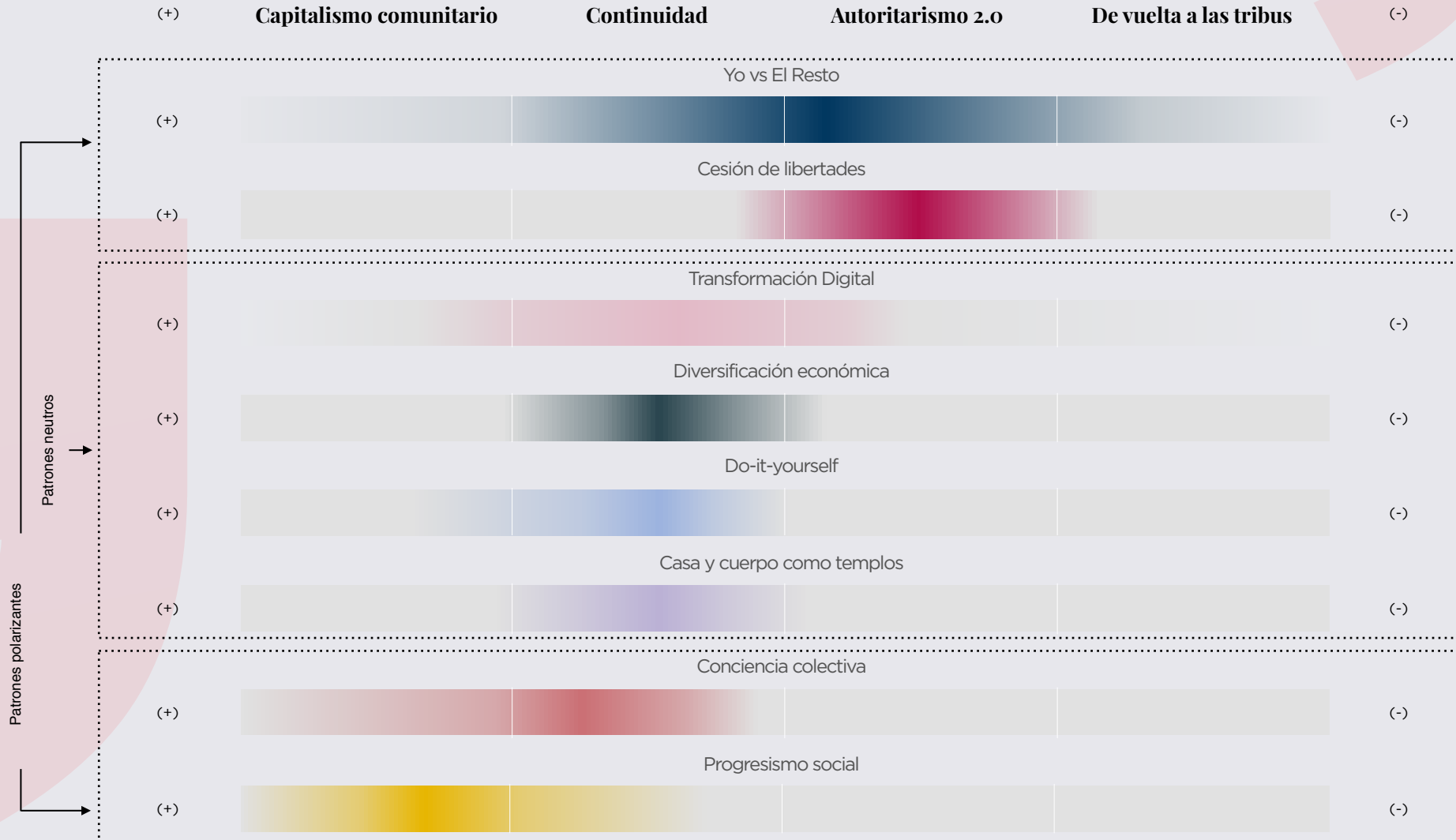
Octubre						
L	M	M	J	V	S	D
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Noviembre						
L	M	M	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29

Diciembre			
L	M	M	J
			1
2	3	4	5
6	7	8	9
10	11	12	13
14	15	16	17
18	19	20	21
22	23	24	25
26	27	28	29
30	31		

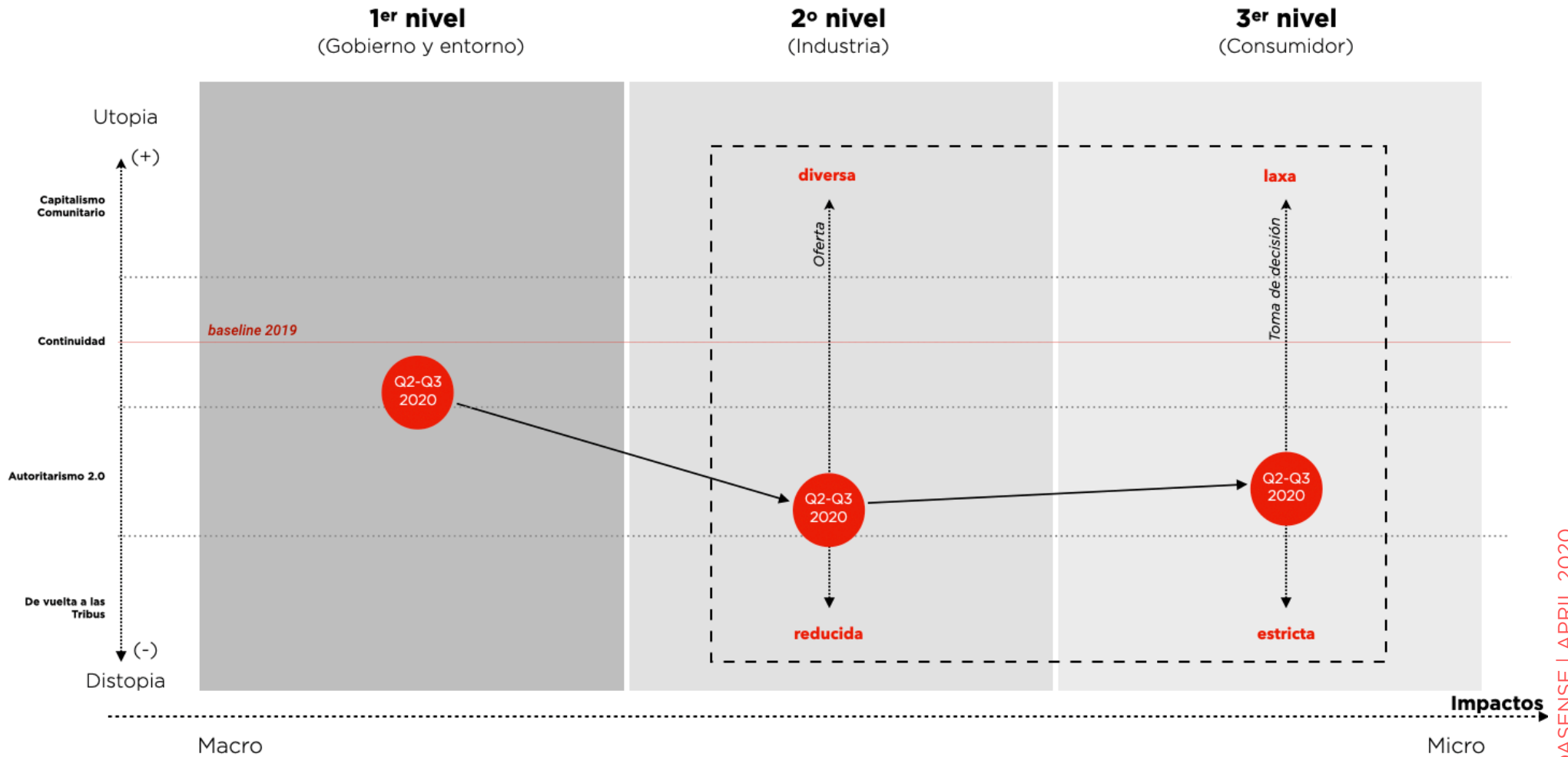
serán decisivos

Los 6 próximos meses serán decisivos



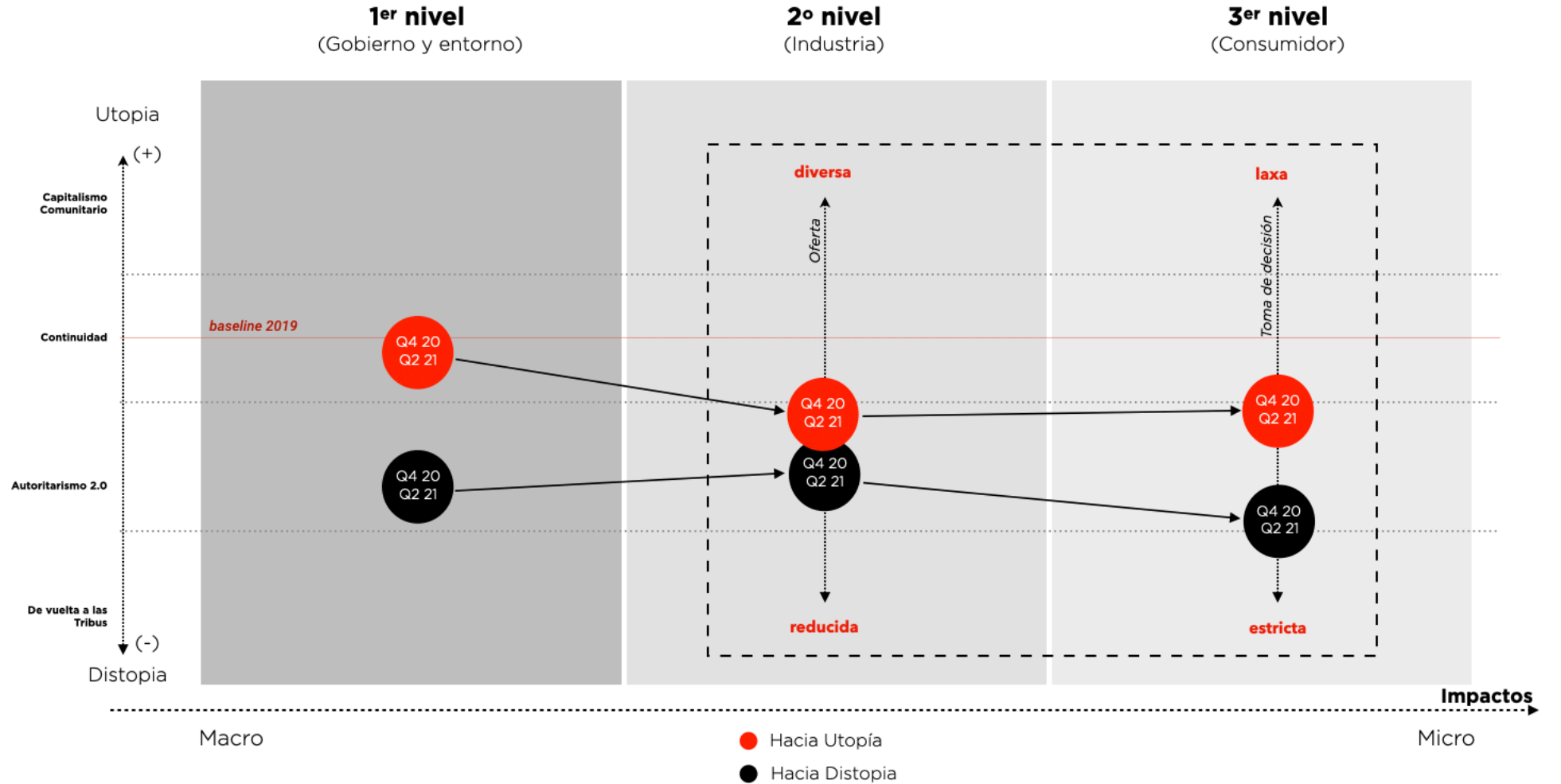
Primer Horizonte

Mayo - Septiembre 2020



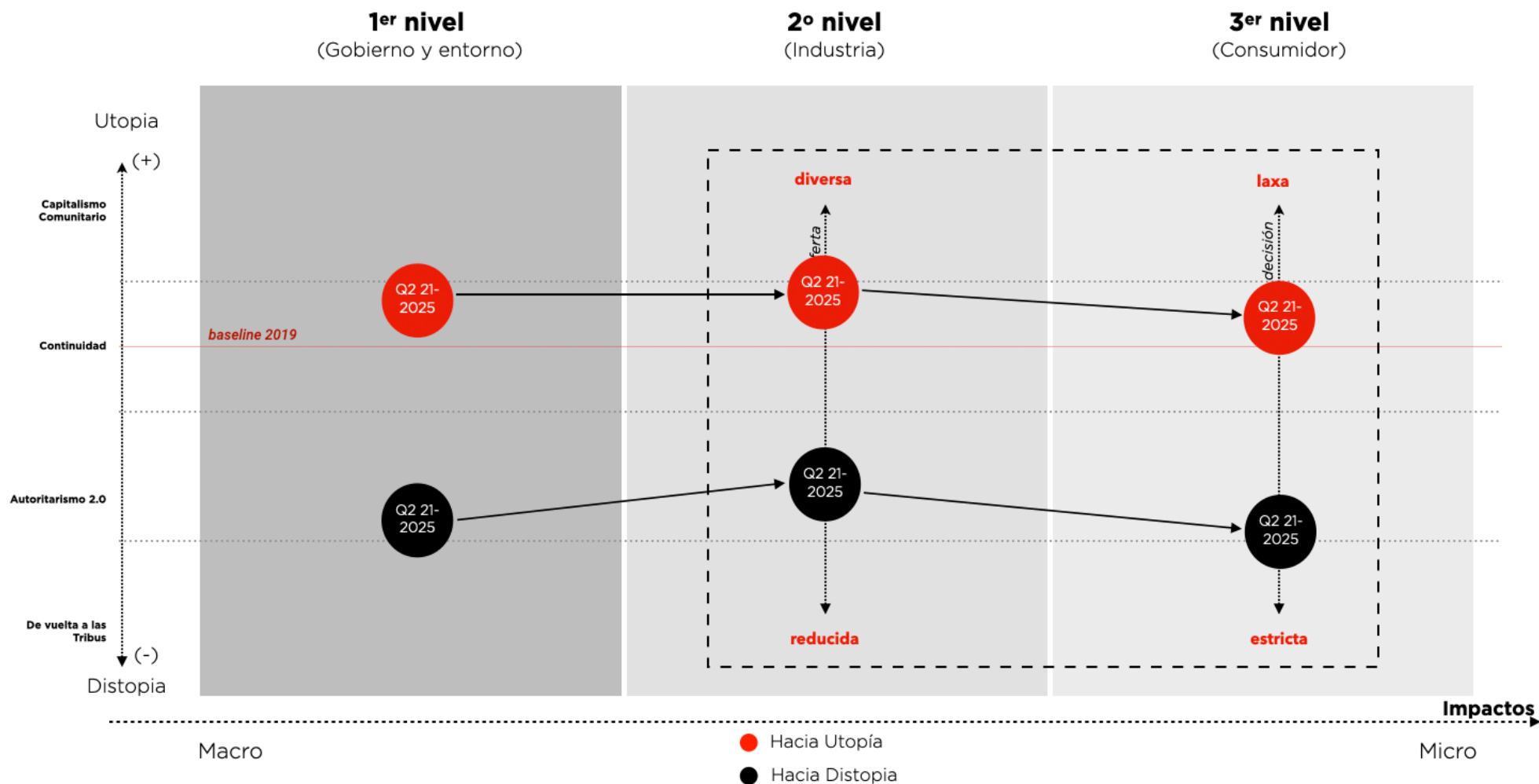
Segundo Horizonte

Octubre 2020 - Abril 2021



Tercer Horizonte

Mayo 2021 - 2025

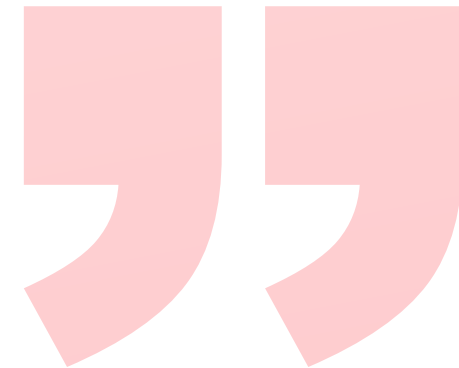
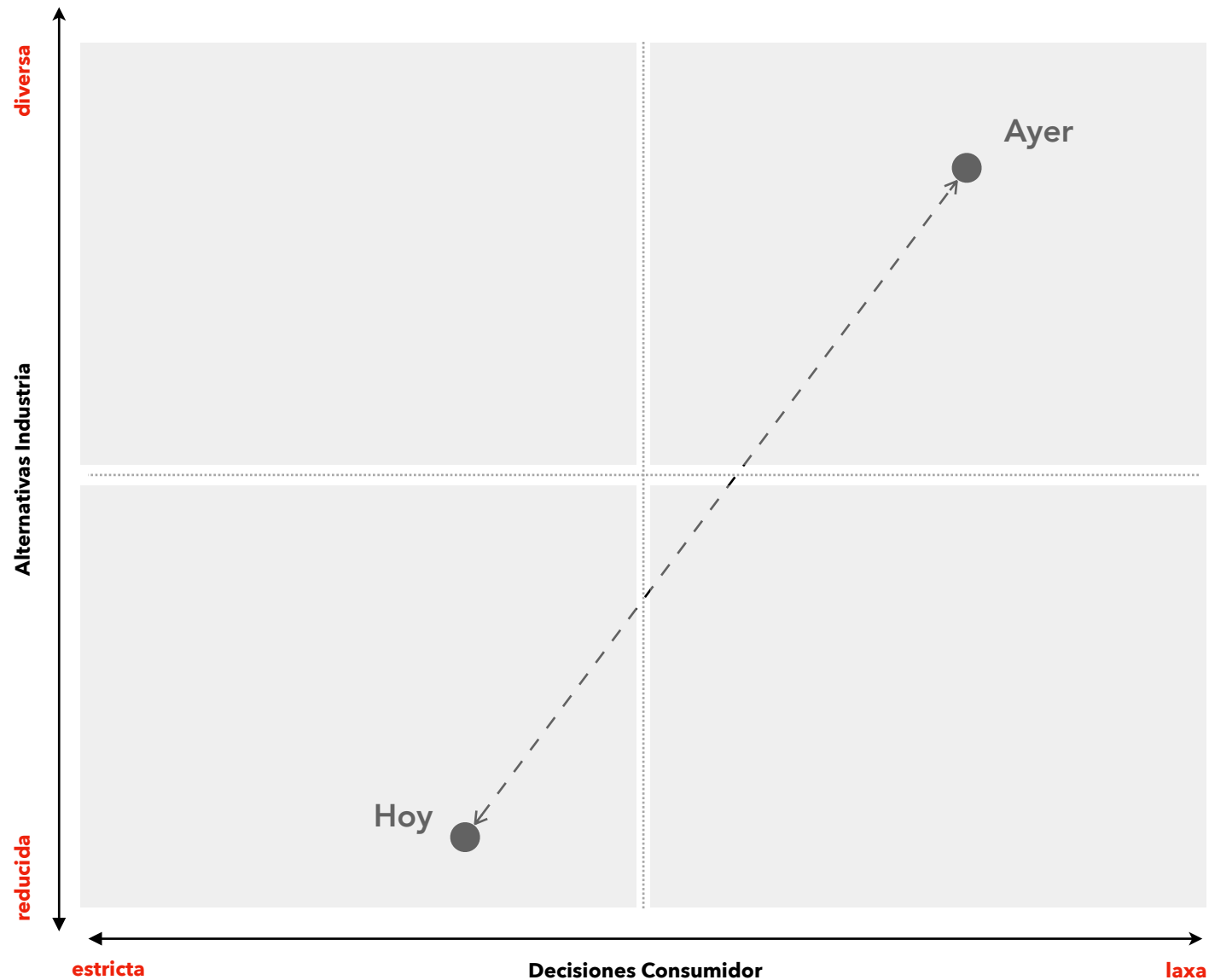




Ayer – Hoy – Mañana

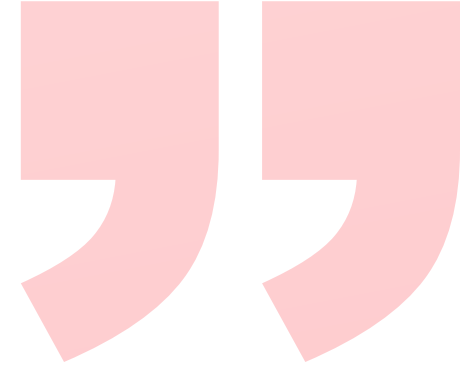
Ayer - Hoy - Mañana

¿Dónde aterrizaremos?



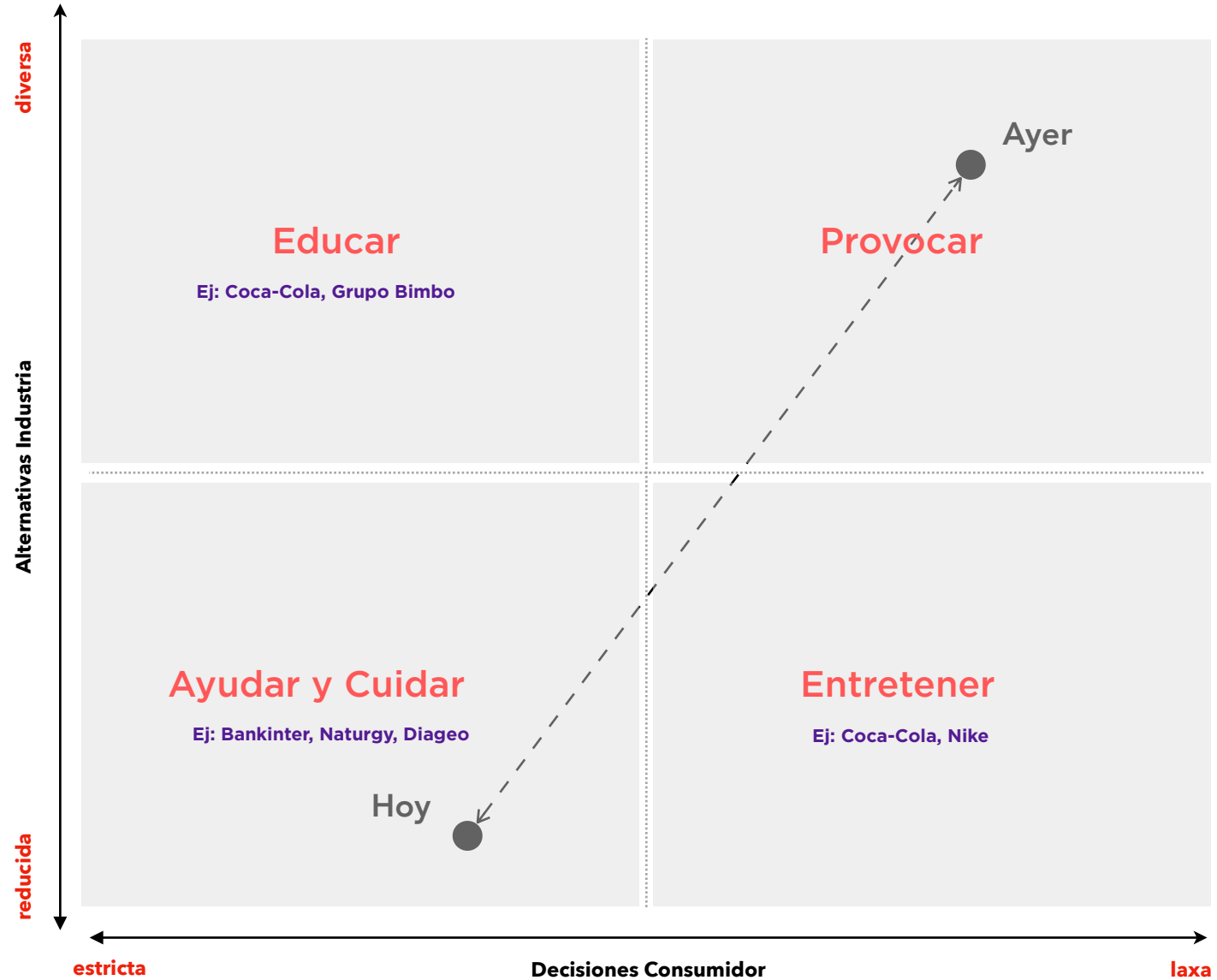
Ayer - Hoy - Mañana

Mapa emocional del Consumidor



Ayer - Hoy - Mañana

Rutas estratégicas de las marcas



Ayer - Hoy - Mañana

Delineando el Futuro



Aprendizajes

1. El futuro no sólo se puede proyectar. También se puede diseñar.
2. Existen 4 posibles escenarios de futuro macro económico y social entre la distopía de la fragmentación social ultra conservador e individualista y la utopía del capitalismo de comunidad. Hemos concluido que 8 patrones de cambio serán los que muevan la aguja.
3. Se requiere de un pensamiento sistémico a través de 3 horizontes temporales, y en 3 niveles (Gobierno, Industria y Consumidor), para poder posicionarnos como marcas y actuar hacia uno de los 4 posibles escenarios.
4. Las marcas deberán más que nunca, reconectar con el mapa emocional del consumidor y así apalancarse en la Experiencia de Cliente como vector de crecimiento.

Gracias!

Contacto: teresa@findasense.com

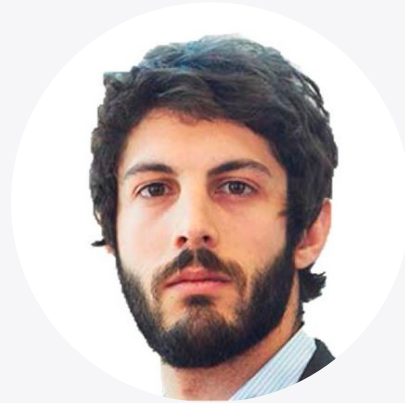
Más info: www.findasense.com

Mesa Coloquio



Ricardo Sánchez Díaz

Chief Omnichannel
Officer



Gonzalo Jiménez Cordero

Marketing Director EAA
(Europe, Asia & Africa)



Fuensanta López Guillén

Directora de Calidad y
Satisfacción de Clientes



Carlos Monserrate

Director de Desarrollo
Comercial de Clientes

