
Economía de la Proximidad Responsable

sdli

Cómo sobrevivir en el nuevo mundo post COVID-19

Prólogo

COVID-19: punto de inflexión para un nuevo escenario.

Nos acercamos a una nueva recesión. La tercera gran crisis de la era de la revolución digital (recordemos la “crisis.com”, y la más reciente crisis financiera de 2008). Son tiempos especiales: quizás todavía sea éste el mejor momento de la Historia de la Humanidad, como nos recordaba **Hans Rosling**, aunque nos cueste verlo.

También es, seguramente, la primera vez que estemos viviendo como especie tantas emergencias globales que nos amenazan al mismo tiempo. Todas ellas con un denominador común: **nuestro comportamiento individual**.

De nosotros depende por tanto que seamos capaces de afrontar esta situación como una oportunidad Histórica para cambiar nuestras formas de actuar, y liderar personas, equipos, y organizaciones. Para crear incluso un nuevo modelo económico y social más justo, solidario y sostenible. Ojalá. Este informe presenta un nuevo escenario socio-económico, que hemos denominado la **Economía de la Proximidad Responsable**. Un escenario desde el que activar el cambio.

Esta propuesta es resultado del análisis de los contenidos del [Radar SDLI](#), nuestro radar de tendencias que desde hace más de 5 años captura señales (proyectos innovadores) de distintos sectores y geografías, y en el que se han implicado alrededor de 1000 personas motivadas por la innovación y las tendencias. Nos hemos apoyado también en conversaciones con agentes clave del ecosistema de innovación (algunos de ellos participan del informe).

Todo ello nos ha permitido, a través de nuestra metodología “Trend Journey” de definición de escenarios futuros, identificar esta conjunción de tendencias de mercado, tecnología y comportamientos de usuario, que creemos han llegado para quedarse tras la crisis del Covid19.

¿Punto de inflexión o cambiarlo todo para volver al mismo lugar?

Es pertinente advertir que ninguna crisis lo cambia todo. El **ser humano tiende a volver a sus inercias**. Pero también es cierto que el **Covid19 ha acelerado de golpe tendencias que ya veníamos observando en todos los sectores**: Zoom, herramienta de referencia por tantas compañías antes reticentes al teletrabajo y alérgicas a lo digital, fue fundada en 2000; la realidad virtual y aumentada lleva años aplicándose en múltiples sectores; el movimiento “*maker*” no ha nacido hoy... y así con todo lo que se nos está presentando como novedad. Eran tendencias que han encontrado el empujón que buscaban para consolidarse.

Esta crisis es, además, distinta a las que conocíamos: es de duración indefinida, afecta a toda la población mundial por igual, y evidencia el impacto de nuestro comportamiento individual en los demás.

Por todas estas razones, creemos que esta crisis **va a consolidar algunas de las tendencias que se han acelerado estas semanas**. Tendencias que, combinadas, abren la puerta a un nuevo escenario, para el que no estábamos, en general, preparados.

Queremos advertir al lector, eso sí: un escenario futuro no es más que una representación subjetiva y simplificada de algo que está potencialmente por llegar. Nos debe ayudar a **tomar hoy mejores decisiones empresariales y personales, para el mañana**. Es por tanto una herramienta, incluso un juego. Un juego estratégico, eso sí. Utilízalo si te sirve para pensar y actuar de forma más inteligente. A nosotros nos está sirviendo para decidir qué rol queremos jugar en este nuevo escenario, en esta partida que jugaremos post COVID-19.

¡Gracias por leerlos!

Joan Ras e Ignasi Clos, fundadores de SDLI.



Ignasi Clos, Socio Fundador y Director de Estrategia y Comunicación en SDLI. "Líder Antilíder"

“

La estrategia te ayuda a ganar la partida.

La prospectiva basada en escenarios de futuro, te dirá (más o menos) qué partidas vas a jugar.

Si quieres innovar, desarrolla estrategias pensadas para el futuro.

”

Índice

01. La era post COVID-19 ¿Un nuevo renacimiento?	05
02. El entorno Macro de los próximos 10 años	09
03. Economía de la Proximidad Responsable	20
• Usuario consciente y ampliado	26
• Comercio accesible y personalizado	38
• Tecnología inteligente y acelerada	51
04. 10 tips para sobrevivir en la Economía de la Proximidad Responsable	63
05. Primeros pasos hacia la transformación: modelo SDLI de gestión de crisis	85
06. Una visión desde la psicología	96
07. Sobre SDLI	100

01

La era post COVID-19 ¿Un nuevo renacimiento?



***"La observación histórica nos
lleva a la conclusión de
que los gérmenes y las
infecciones han dado forma a
la humanidad."***

Jared Diamond, autor de *"Guns, Germs and Steel"*

¿Qué relación hay entre un virus y el Renacimiento?

La Peste Negra del siglo XIV acabó con la vida de entre un 30% y un 60% de la población en Europa.

Al caer la mano de obra disponible, los propietarios de tierras tuvieron que arrendarlas o bien pagar salarios a los agricultores para trabajarlas, debilitando el sistema feudal, y dando inicio a una nueva clase: la clase burguesa.

Ésta acumularía conocimiento y capital, facilitando el desarrollo de nuevas tecnologías, que serían el caldo de cultivo necesario para dar inicio a una nueva era: el Renacimiento.

Al mismo tiempo, nace una nueva corriente entre una determinada élite intelectual de Florencia, que reivindica unos nuevos valores, ligados al Humanismo y a la salud del espíritu, como nueva forma de hacer y crecer en sociedad.

Por razones como éstas, escuelas como Deusto Business School estudian el Renacimiento de Florencia para entender los ecosistemas de innovación actuales. ¡Tomemos nota!

[Artículo Sociedad de la Innovación: 26 lecciones de liderazgo del Renacimiento en Florencia](#)



***"Esto es lo que se aprende
en medio de las plagas: hay
más cosas en los hombres a
admirar que a despreciar."***

Albert Camus, autor de *"La Peste"*.

02

El entorno Macro de los próximos 10 años



Una nueva fuerza en el nivel macro que modificará, poco a poco, nuestras vidas

La pandemia del COVID-19 ha actuado como una nueva fuerza externa que, a pesar de los avisos, no vimos venir.

Como todas las fuerzas macro, modifica de forma imperceptible el curso de nuestras vidas, mucho más allá de su ámbito aparente de influencia, en este caso la higiene y la distancia social.

La aparición instantánea y global de la alerta sanitaria ha acelerado y desacelerado de golpe una serie de tendencias que venían manifestándose durante los últimos años, y ha evidenciado aún más los cambios a los que deberemos hacer frente como sociedad durante los próximos 10 años.

Veamos entonces en qué consiste este nuevo panorama a nivel Macro, para entender después el nuevo escenario que planteamos a nivel social y empresarial.



5 riesgos de la era post COVID-19 desde el punto de vista macro

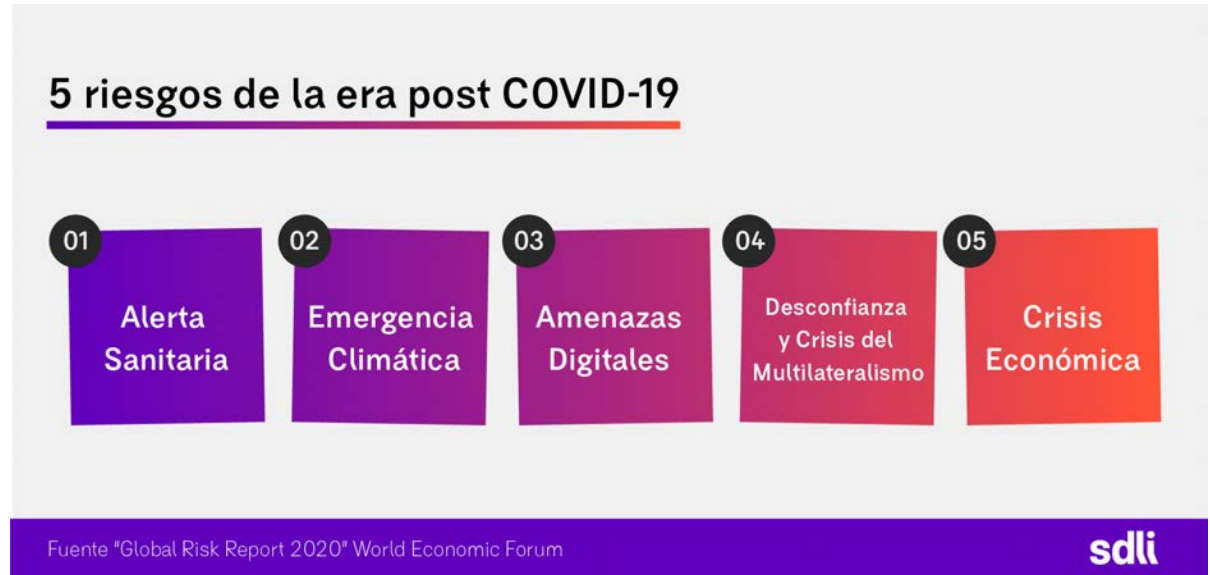
01.ALERTA SANITARIA

02.EMERGENCIA CLIMÁTICA

03.AMENAZAS DIGITALES

04.DESCONFIANZA Y CRISIS
DEL MULTILATERALISMO

05.CRISIS ECONÓMICA



5 riesgos de la era post COVID-19 desde el punto de vista macro

01.ALERTA SANITARIA

A la mayoría, la pandemia del COVID-19 les ha pillado desprevenidos, a pesar de que las autoridades multilaterales ya venían avisando de que una pandemia global es un riesgo poco probable pero cada vez más plausible, frente al que los Gobiernos del mundo entero deben estar preparados. En este sentido, no podemos considerar el COVID-19 un Cisne Negro (Nassim Taleb), sino más bien un “Rinoceronte Gris”(*). Esto es: de mucha fuerza y poco probables, pero los conoces y los puedes ver venir, porque de hecho levantan un evidente rastro de tierra cuando vienen corriendo hacia ti.

02.EMERGENCIA CLIMÁTICA

03.AMENAZAS DIGITALES

En un ahora viral Ted Talk, el Fundador de Microsoft Bill Gates ya alertaba de que no estábamos preparados para la próxima pandemia. Y un breve repaso a la red nos ayuda a conocer que esto de las pandemias globales, ya se conocía.

04.DESCONFIANZA Y CRISIS DEL MULTILATERALISMO

Pues bien, ha llegado la primera, que puede alargarse entre uno y tres años, en forma de pequeñas oleadas (no es un Tsunami), según la experta Laurie Garrett. Pero lo importante es que van a seguir viniendo. Como reza un artículo de José María Martín Moreno (Doctor en Epidemiología y Salud Pública por la Universidad de Harvard) en El País, “Habrà más pandemias, y serán más peligrosas”.

05.CRISIS ECONÓMICA

El estado de alerta sanitaria no es pasajero, lo que cambiará hábitos y actitudes en lo micro, tanto a nivel empresa como a nivel personal. Preparémonos.

() Recomendamos el Webinar de Francisco Bree, Director del Programa Master in Business Innovation de Deusto Business School, sobre los distintos tipos de “Wild Cards”: eventos imprevistos de gran impacto.*

5 riesgos de la era post COVID-19 desde el punto de vista macro

01.ALERTA SANITARIA

La crisis climática actual es única en la Historia de la Humanidad. Como nos recuerda Noam Chomsky, todos los que estamos vivos hoy decidiremos qué futuro nos espera como especie. Ese es el nivel del reto al que nos enfrentamos.

02.EMERGENCIA CLIMÁTICA

Nos acercamos peligrosamente a las temperaturas de hace 120.000 años, cuando el nivel del mar era 6-9 metros mayor que el actual. Los glaciares se deshacen 5 veces más rápido que en la década de los 90. El mes de enero de 2020 fue el mes de enero más cálido en la Tierra desde que hay registros (1880), según el **National Oceanic and Atmosphere Administration** de Estados Unidos. La última década ha sido también la más cálida en el Planeta. Según Petteri Taalas, Presidente de la World Meteorological Organization: “la única solución es deshacernos de los combustibles fósiles”.

03.AMENAZAS DIGITALES

04.DESCONFIANZA Y CRISIS DEL MULTILATERALISMO

Los fenómenos extremos se están multiplicando en todo el Planeta. Y el calentamiento tiene graves efectos colaterales en cuanto a pérdida de biodiversidad natural, desigualdad social, impactos económicos, y salud, entre otros muchos efectos. En definitiva, una bomba de relojería, mucho más grave que la del Covid19.

05.CRISIS ECONÓMICA

En un momento en que precisamente los medios están centrados en la crisis del Covid19, cabe recordar que el **estado de alerta sanitaria se acompañará de la urgencia de actuar para neutralizar el calentamiento global en todos los niveles:** estados, regiones, municipios, empresas y actitudes personales.

[Artículo de Noam Chomsky en Lit Hub](#)

5 riesgos de la era post COVID-19 desde el punto de vista macro

01.ALERTA SANITARIA

02.EMERGENCIA CLIMÁTICA

03.AMENAZAS DIGITALES

04.DESCONFIANZA Y CRISIS
DEL MULTILATERALISMO

05.CRISIS ECONÓMICA

El robo de datos y los ciberataques son dos de los principales riesgos mundiales. A nivel mundial, 84% de las empresas sufrió algún incidente de fraude en 2017, mientras que 86% fue víctima de ciberataques, de acuerdo con la décima edición del Informe Global de Fraude y Riesgo 2017-2018 de Kroll.

Para proteger la integridad de la conectividad digital global (de la Red, en definitiva), los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil deben colaborar.

Margareta Drzeniek-Hanouz, hasta hace poco Directora de progreso económico del Foro Económico Mundial, aseguraba que este tipo de riesgos está afectando a la sociedad y la economía en "formas nuevas y más amplias", impactando no solo al sector privado sino también a las infraestructuras gubernamentales, a la esfera geopolítica y a la sociedad en general.

John Drzik, Presidente de Global Risk and Digital, añade que, mirando hacia adelante, la "escala y sofisticación de los ataques va a crecer" a medida que aumenta la exposición cibernética de las empresas con la proliferación de dispositivos interconectados, ampliando la superficie de ataque.

5 riesgos de la era post COVID-19 desde el punto de vista macro

01.ALERTA SANITARIA

02.EMERGENCIA CLIMÁTICA

03.AMENAZAS DIGITALES

04.DESCONFIANZA Y CRISIS DEL MULTILATERALISMO

05.CRISIS ECONÓMICA

Según el **Real Instituto Elcano**, nos situamos en un creciente contexto de rivalidad geopolítica internacional, y crisis del multilateralismo y la cooperación internacional. Acciones unilaterales como las tomadas por Gobiernos Alemán o Francés de restringir las exportaciones de material médico, no ayudan a resolver la situación, según afirma un artículo de Federico Steinberg, investigador principal del Instituto.

Crisis como las del COVID-19 o amenazas globales como la climática ponen en entredicho la utilidad de la Unión Europea, especialmente vista la lentitud de respuesta y la poca solidaridad mostrada.

En este contexto, crecen las voces del nacionalismo, se cuestiona cada vez más el orden liberal, aparecen nuevas fuerzas que ponen en duda a los organismos multilaterales actuales, mientras que Estados Unidos intenta mantener su rol de primera potencia mundial.

Todo ello, creando un escenario de inestabilidad política que afecta directamente al nivel más micro de las empresas en un mundo interconectado.

[Artículo de Federico Steinberg en Real Instituto Elcano](#)

5 riesgos de la era post COVID-19 desde el punto de vista macro

01.ALERTA SANITARIA

El COVID-19 ha impactado de forma negativa en el 90% de los negocios de todos los sectores. El FMI espera una caída del PIB en países como España cercanos al 10%. Y todavía no sabemos si la recuperación será en forma de V o de U.

02.EMERGENCIA CLIMÁTICA

En cualquier caso, en España se espera volver a niveles de desempleo superiores al 20%, y que estas cifras se mantengan en 2021. En Estados Unidos, el desempleo ya ha llegado al 20,6% este mes de abril de 2020.

03.AMENAZAS DIGITALES

La crisis económica derivada de la pandemia del COVID-19 pondrá en duda la sostenibilidad de la deuda pública y privada de muchos países. Al mismo tiempo, un precio del petróleo bajo pondrá en jaque a otras tantas economías a nivel global.

04.DESCONFIANZA Y CRISIS DEL MULTILATERALISMO

Bienvenidos a la mayor crisis desde la Gran Depresión de los años 30. Será quizás más corta, pero ningún experto ofrece garantías de una recuperación temprana.

Es decir, mientras debemos hacer frente a crisis que nos llevan al “fin del mundo”, muchos de nosotros no podremos llegar a fin de mes.

Acostumbrémonos a este escenario.

05.CRISIS ECONÓMICA

¿Cómo influyen los riesgos globales en el análisis de tendencias?

Estos cinco grandes riesgos globales actúan como aceleradores y/o desaceleradores de las tendencias, que se venían manifestando los últimos años, tanto en su ritmo de evolución, como incluso en su dirección.

Algunas tendencias emergentes (microtendencias) crecerán, convirtiéndose en macrotendencias, y afectando a un mayor número de personas. Otras que venían creciendo, se detendrán o disminuirán su impacto. Algunas incluso, al cabo de unos años, pueden llegar a desaparecer.

Todos estos cambios plantean un nuevo escenario relevante para ayudar a líderes de organizaciones de todos los sectores a pensar mejor sus estrategias e identificar nuevas oportunidades de innovación.

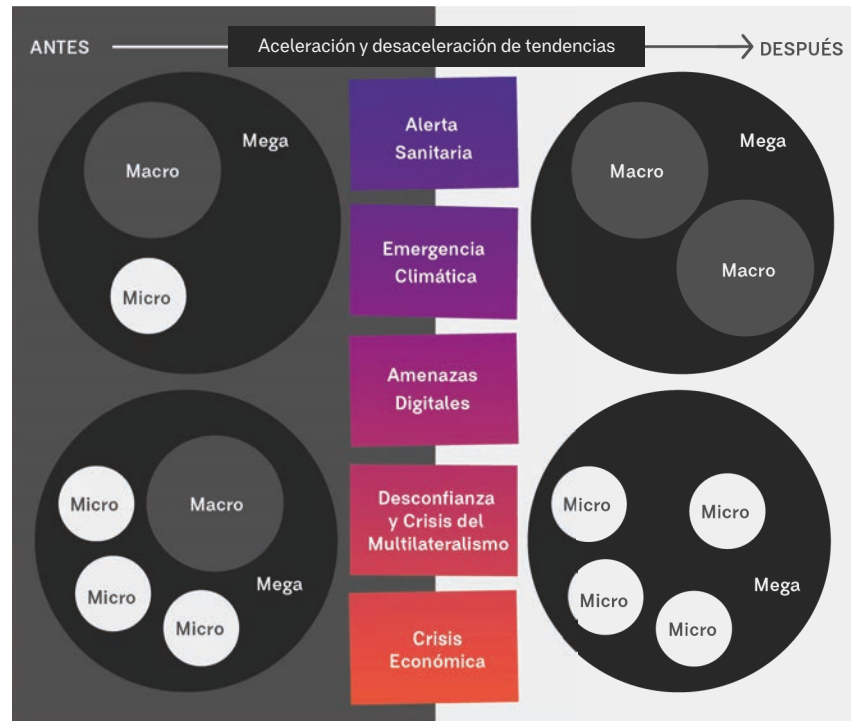
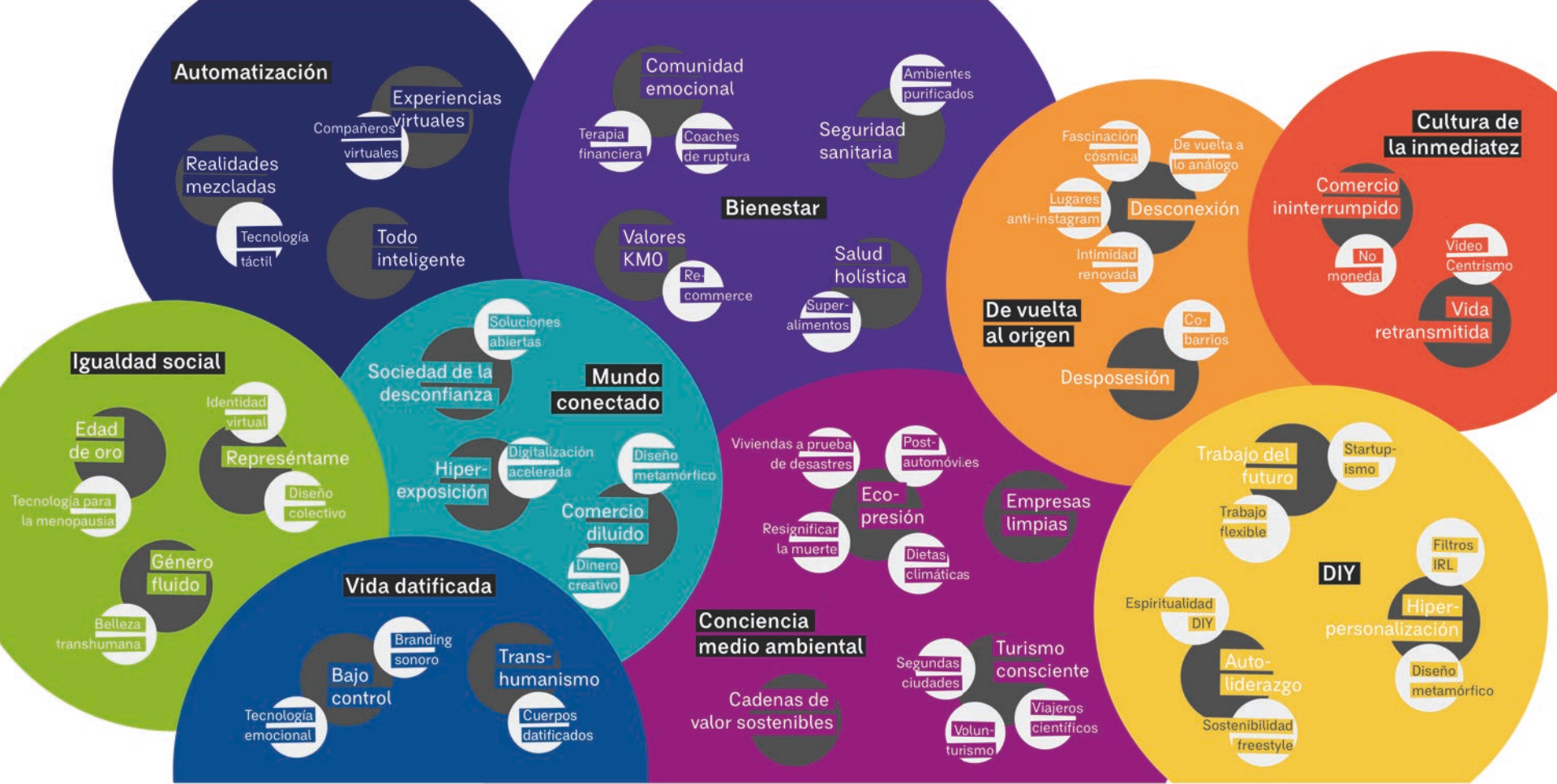


Gráfico ejemplo de cómo puede ser el movimiento de un grupo de tendencias después del COVID- 19



Mega Macro Micro

Mapa de tendencias

sdli

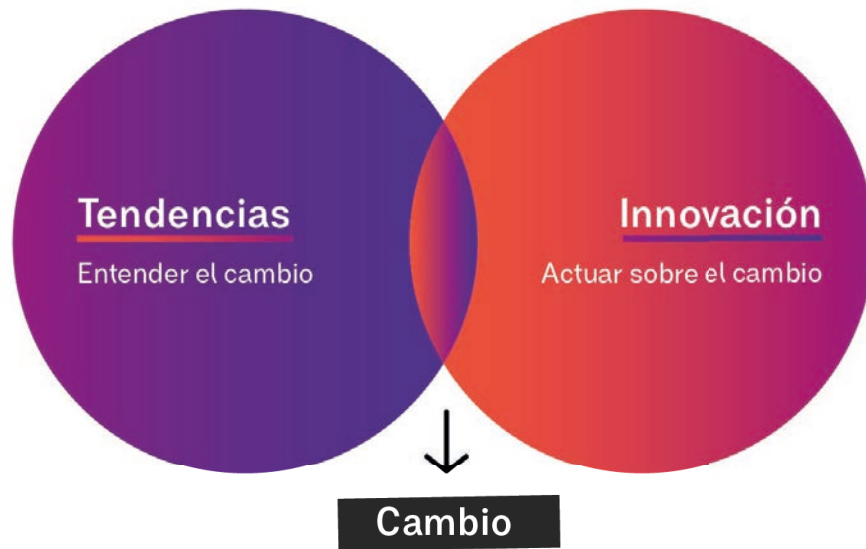
¿Por qué es relevante el análisis de tendencias?

Las tendencias te permiten entender el cambio del entorno. La innovación te permite actuar sobre él.

Innovar nos obliga a situarnos en el futuro. Y el análisis de tendencias nos permite entender el cambio del entorno que está por llegar mañana, a través de señales que, sin ser obvias, sí son observables hoy.

Con esta metodología puedes crear escenarios de futuro, narrativas sobre el mañana, que te ayudarán a reflexionar y tomar decisiones estratégicas.

En SDLI, hemos diseñado un mapa de tendencias, que actúa en forma de universo. Lo puedes utilizar para combinar tendencias, y construir escenarios futuros desde los cuales enfocar de forma estratégica tus esfuerzos de innovación.



03

Economía de la Proximidad Responsable



Sobre la prospectiva y los escenarios de futuro

En este informe planteamos un nuevo escenario derivado del nuevo Mapa de Tendencias de SDLI generado a raíz de la crisis del Covid19. Lo hemos llamado **“Economía de la Proximidad Responsable”**, y ha sido fruto de la aplicación de nuestra metodología ágil para la creación de escenarios futuros, el “Trend Journey”.

Para elaborarlo, nos hemos alimentado de nuestra experiencia observando señales, de nuestra comunidad del [Radar SDLI](#), así como de conversaciones con clientes y agentes clave de distintos sectores y del ecosistema, diverso, de la innovación.

Ello nos ha llevado a realizar una selección de 15 tendencias de carácter social, tecnológico, y económico, que creemos que se verán aumentadas en el nuevo mapa macro, y que juntas conforman este nuevo escenario.

Es importante aclarar que **este no es el único escenario futuro post COVID-19. Es sólo uno de ellos**. Un escenario que no pretendemos ni mucho menos que lo explique todo, pero sí que ayude a anticipar retos que pueden afectar de forma transversal a múltiples sectores.

En la prospectiva estratégica, todo sea dicho, es recomendable generar una variedad de escenarios futuros en paralelo: cada uno de ellos representará una narrativa distinta, que te servirá para tomar decisiones estratégicas con una mirada más amplia y diversa.

Te recomendamos que no bases tu estrategia únicamente en este escenario que planteamos, pero sí que lo tengas en cuenta para evaluar riesgos y tomar mejores decisiones.

La Economía de la Proximidad Responsable

¿Qué es?

El coronavirus no es una crisis cualquiera. Nos ha impactado a todos al mismo tiempo, se ha alargado más que cualquier otra, nos ha afectado no solo en el entorno profesional, sino también en lo más personal, y hemos tenido que aprender a convivir con un miedo en el cuerpo a algo invisible.

El ser humano es persistente en sus hábitos e inercias, pero el cambio llega cuando el contexto se transforma: “*Soy yo y mis circunstancias*”, decía José Ortega y Gasset, y tenía razón: las diferencias de comportamiento entre generaciones (baby boom, millenials, centennials...), se explican porque sus circunstancias son radicalmente diferentes.

Igual que la caída del muro de Berlín en 1989, los ataques terroristas de 2001, o la crisis financiera global de 2008, la crisis del Covid19 de 2020 marcará a toda una generación.

El coronavirus es un momento de inflexión porque obliga al cambio de patrones que nos afectan de forma transversal: en el trabajo, en el ocio, en el nivel más íntimo de nuestras relaciones personales.

Lo que nos lleva a una realidad, que en este caso creemos que nos hará más conscientes, más respetuosos, menos excesivos, más empáticos. En definitiva: más responsables.

Rechazamos pensar que la característica principal de este nuevo escenario sea el distanciamiento físico, tal y como se nos ha presentado.

Si miramos las señales, veremos que hay algo más.



El distanciamiento social es una forma de responsabilidad hacia uno mismo y hacia los demás, como también lo es la aceptación de medidas que antes habríamos considerado aberrantes, como todas las prácticas para mantener la seguridad sanitaria (*¿te imaginabas con una mascarilla en la cara como habíamos visto en países Asiáticos?*). Pero no solo el distanciamiento es responsable.

Creemos que esta responsabilidad, precisamente, lo que debe hacer es acercarnos. Acercarnos es entender mejor la situación del pequeño comercio y pensar en comprar más en la tienda que queda en la esquina de casa. Acercarnos es pensar en el impacto del transporte de mercancías y fabricar en un taller de proximidad. Acercarnos es profundizar en nuestros sentimientos y emociones en la intimidad. Acercarnos es sabernos relacionarnos en todos los formatos posibles: video, avatars, juegos online... El storytelling nos acerca, y no tiene límites de formato, tiempo o espacio.

En este nuevo escenario perderemos cosas que añoraremos. Pero ganaremos otras sin las cuales no nos imaginaremos que podremos vivir, en poco tiempo.

Huimos tanto de distopías como de edulcorantes. La vida es cambio, y de vez en cuando algunas curvas son más fuertes que otras. Nos encontramos en uno de esos momentos.

En definitiva, entendemos que la nueva realidad puede provocar que en algunos momentos nos toquemos menos, sí, pero en líneas generales, nos estará aproximando. De forma responsable.

Bienvenido a la economía de la proximidad responsable. El mundo ha cambiado y nosotros te ayudaremos a adaptarte. Porque de eso va la innovación.

¿Cómo creamos este escenario?

Hemos seleccionado 15 tendencias del Mapa de Tendencias de SDLI, aquellas que consideramos que serán más relevantes de forma transversal en la nueva realidad post COVID-19.

Estas tendencias corresponden a su vez a tres grandes ejes a partir de los cuales se pueden abarcar todos los aspectos de nuestra vida cotidiana en lo micro:

- **Eje Sociedad y cultura:** Está representado por un usuario más consciente y ampliado
- **Eje Economía y mercado:** representado por un comercio accesible y personalizado
- **Eje Tecnología y ciencia:** representado por una versión de la tecnología más inteligente y acelerada.

Como verás, hemos seleccionado 5 tendencias de cada eje. Te las contamos a continuación. Pero antes, te presentamos las características con que resumimos el nuevo escenario.



10 características de la Economía de la Proximidad Responsable

Distante: mantendremos un menor contacto físico entre las personas y con la infraestructura alrededor.

Segura: habituados a controles recurrentes y a usar herramientas de seguridad en salud.

Íntima : actividades con el entorno más próximo más que con grandes masas.

Transparente: ofrecemos datos personales para asegurar nuestro estado de salud (¿y económico tal vez?).

Productiva: solo haremos actividades que consideremos imprescindibles.

Respetuosa: con las normas de las instituciones y los comportamientos de las personas.

Consciente: del impacto de nuestras acciones en los demás.

Sostenible: buscaremos soluciones de proximidad, por ejemplo en la alimentación o la movilidad.

Accesible: comodidad para acceder a todos los servicios en cualquier momento en casa y personalizados.

Virtual: aceleración de la transformación digital de todo lo que hacemos.

3.1

Usuario consciente y
ampliado



Tendencias asociadas

AUTOLIDERAZGO



COMUNIDAD EMOCIONAL



INTIMIDAD RENOVADA



VIDA RETRANSMITIDA



VALORES KM 0



1. Autoliderazgo

#productiva #virtual #accesible #íntima

La tecnología y las herramientas online están promoviendo una búsqueda constante por actualizarnos, aprender nuevas habilidades y autogestionar lo que antes dejábamos en manos de terceros.

El confinamiento y el cierre de negocios de todo tipo ha redimensionado el conocido término “*Do it Yourself*”, llevando a las personas a empoderarse de sus propios proyectos: desde cortarse el pelo con tutoriales, crear un plan de alimentación y ejercicio, o formarse en nuevos idiomas, hasta la creación de micro negocios desde casa.

El cambio nos está gustando: según un estudio de AECOC, un 40% de los consumidores Españoles afirma que cocinará más en casa después del confinamiento, lo que abre un nuevo panorama caracterizado por la autonomía e independencia del usuario.

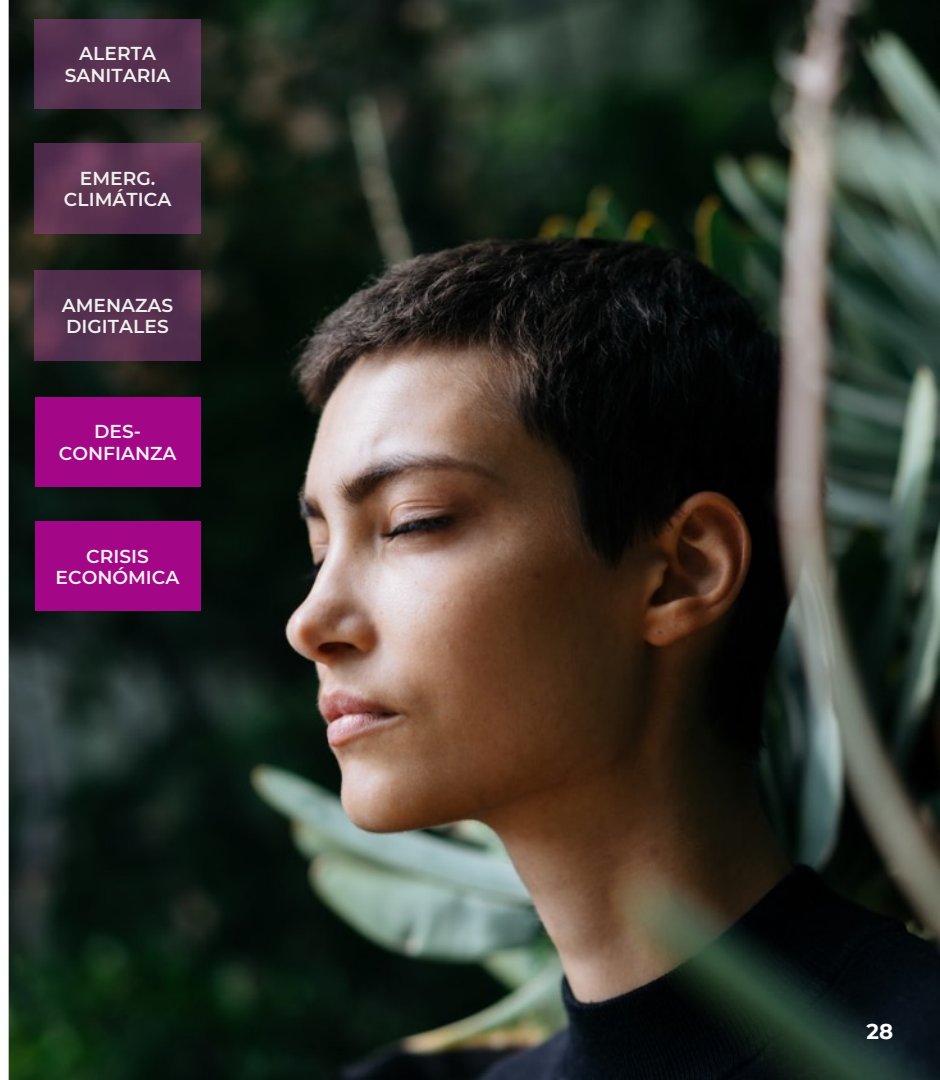
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



La mejor manera de entrenar desde casa



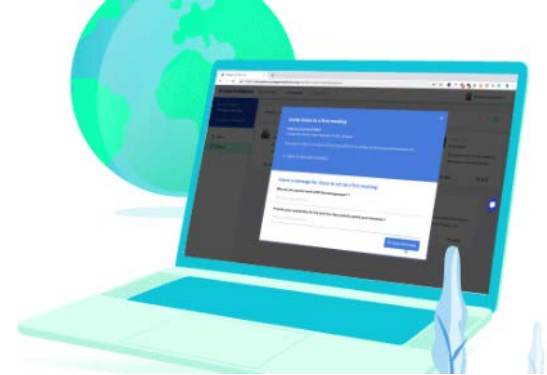
Tonal es una estación inteligente de entrenamiento que combina coaching con peso y se ajusta al usuario en la medida en que éste va avanzando. Permite crear un plan de entrenamiento mejor que el que se pueda adquirir en cualquier gimnasio.

Impulsos para el aprendizaje autónomo



Desde 2019, Duolingo y Twitch se fusionaron para lograr que el proceso de aprendizaje sea cada vez más completo. Aparte de enseñar de forma particular el idioma, también se promoverá la participación mediante el chat con el fin de que la comunicación sea bidireccional.

Aprovecha para darle forma a tu negocio



The Leap, es un programa de incubación online que ayuda a transformar una idea en un plan de negocio viable en sólo 3 meses gracias al soporte de una comunidad de mentores, emprendedores y su propio equipo de incubación.

2. Comunidad emocional

#respetuosa #virtual #transparente #distante

Las crisis nos hacen tomar conciencia de cómo todos somos más parecidos de lo que creemos.

El hecho de estar viviendo una misma situación difícil en todo el mundo, ha despertado un mayor sentimiento de comunidad a partir de la empatía y la solidaridad, y esto promueve una mayor apertura emocional.

Las iniciativas que faciliten a las personas estar unidas física o virtualmente, así como compartir momentos de vida similares seguirán creciendo, y veremos una explosión de “expresión emocional” en muchas formas y a través de diferentes canales.

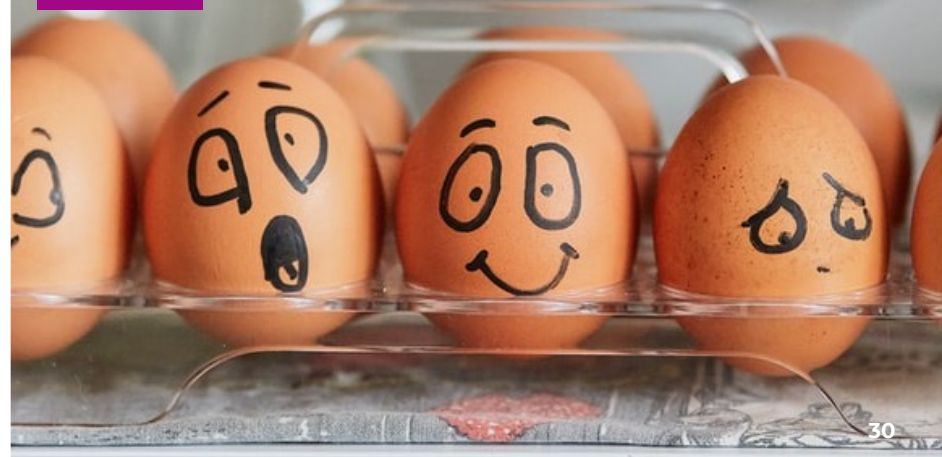
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



Bailando juntos para sanar



[Thesweatspot](#) es una cuenta de creada por el bailarín y coreógrafo estadounidense Ryan Heffington para organizar cursos y encuentros de baile por Instagram live que ayuden a las personas a sentirse mejor en esa nueva normalidad.

Terapia con el mejor amigo de todos



[Gudcan](#) ofrece terapias innovadoras de apoyo emocional con perros adiestrados. Actualmente se enfocan en los centros de mayores de poblaciones rurales de España, pero desde 2015 trabajan con diferentes comunidades y usuarios.

El corazón roto también nos une



[Break Up tours](#) es una app creada en Hong Kong para diseñar viajes adaptados a quienes están superando una ruptura. A partir de su historia, el usuario recibe un kit personalizado con experiencias y servicios que le ayudarán a superar esa etapa.

3. Intimidad renovada

#íntima #virtual #respetuosa #consciente

El confinamiento obligatorio - soportado por la tecnología - ha despertado una nueva conciencia hacia el espacio personal, logrando que volvámos a valorar los círculos más privados, las actividades en casa y la unión familiar o con “los nuestros.”

La tecnología nos ha permitido acercar a los que quisiéramos tener más cerca, sacarle todo el provecho a nuestro hogar y encontrar espacios diferentes de exploración o de reflexión

Por eso esta nueva intimidad va más allá de las barreras de lo físico y lo digital y se crea a partir de la selección libre de lo que consideramos fundamental e imprescindible en nuestras vidas.

ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFianza

CRISIS
ECONÓMICA



La mejor fiesta sin salir del coche



Hace unos días, los responsables del [Club Index](#), una discoteca situada en Schèffort, Alemania, convocaron a sus seguidores en el aparcamiento del local para disfrutar de la que ya es considerada como primera 'rave' celebrada desde los coches. ¡Fue una fiesta de música electrónica, a la que acudieron unas 500 personas!

Valorando el momento presente



[Headspace](#) es un sitio web que ofrece ejercicios de mindfulness para aumentar la sensación de bienestar y gestionar la ansiedad.. Durante el confinamiento ha ofrecido acceso gratuito a algunos colectivos especialmente vulnerables al estrés.

Expresa lo que te preocupa



El centro [TAP](#) (tratamiento avanzado psicológico) abre su servicio de asesoramiento psicológico gratuito durante el confinamiento para facilitar la gestión de las emociones y dotar a las personas de las herramientas necesarias para afrontar la crisis.

4. Valores KM 0

#respetuosa #consciente #sostenible

El estilo de vida está determinado por la capacidad que tenemos de elegir qué y cómo consumimos, sean productos, servicios o contenidos.

En la medida en que se ha evidenciado la crisis que vive el planeta, y el momento de “no retorno”, esas decisiones de consumo irán incluso más allá del reciclaje, priorizando cada vez más el bienestar social, la herencia cultural y la conservación del medio ambiente. Podríamos ver el impulso al diseño cradle to cradle (beneficioso para el planeta).

Esta priorización se verá con más fuerza en las nuevas generaciones que, por haber vivido 3 crisis en los últimos 20 años, son más conscientes de la importancia de la compra de proximidad. De hecho, AECOC ya ha identificado que un 59% de los compradores afirma que comprará proximidad. Pero no hablamos sólo de retail; también de la forma en qué vivimos: de nuestro aprecio por las ciudades y territorios que fomenten la proximidad, de la vuelta a los valores que crean nuestra identidad local.

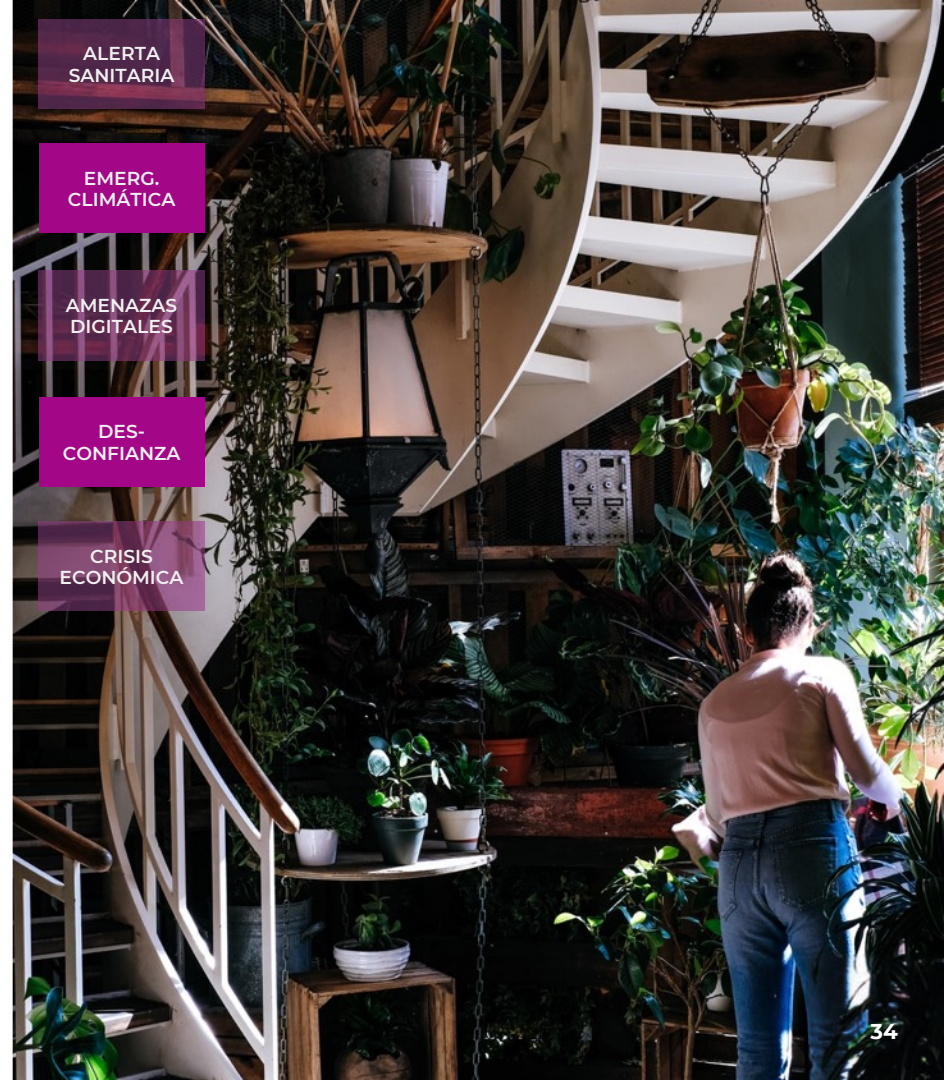
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



Una "moda" que llegó para quedarse



Las cestas ecológicas ya estaban ganando popularidad, y con el confinamiento ahora tienen mucho más sentido. [El mercat online](#) es una de ellas: una empresa que lleva productos de proximidad hasta tu casa, ayudándote a comer mejor, de forma más fácil y más sostenible.

Ya no importa si le queda pequeña...



Los bebés crecen muy rápido, pero la ropa no. Por esto se creó la startup holandesa [Circos](#) para alquilar la ropa para bebés y pagar solo por el tiempo en el que la usarán, ayudando así a ahorrar dinero, tela y disminuyendo la huella de carbono.

"Ciudades 15 minutos"



Ciudades de todo el mundo están reaccionando en la crisis del Covid19, adoptando políticas que las acercan al [objetivo marcado por la alcaldesa de París](#): reducir el tráfico a motor para que cualquier ciudadano pueda conseguir lo que necesite a un máximo de 15 minutos de distancia andando.

5. Vida retransmitida

#virtual #transparente #distante #accesible

En tiempos de distanciamiento y digitalización, la explosión del *storytelling* personal se hace mucho más evidente y se refleja en una necesidad constante de retransmitir la vida cotidiana.

¿Cómo estoy invirtiendo mi tiempo personal? ¿cómo me estoy cuidando? ¿qué actividades nuevas he aprendido? ¿quiénes son las personas más importantes para mí? ¿quién me representa?

Todas estas reflexiones se expresarán constantemente por los canales que ya conocemos y por los nuevos canales que estamos seguros que vendrán. Desarrollamos nuestra identidad a través de expresarnos en lo digital.

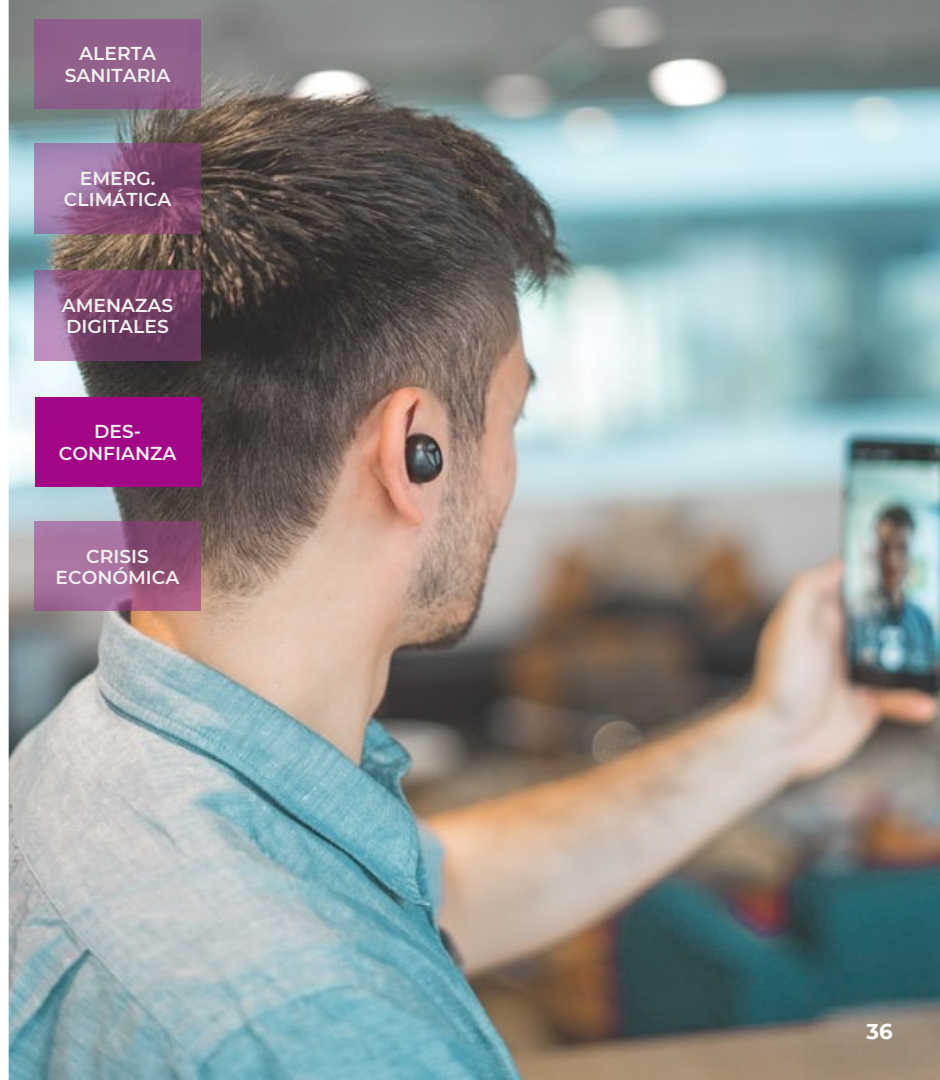
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

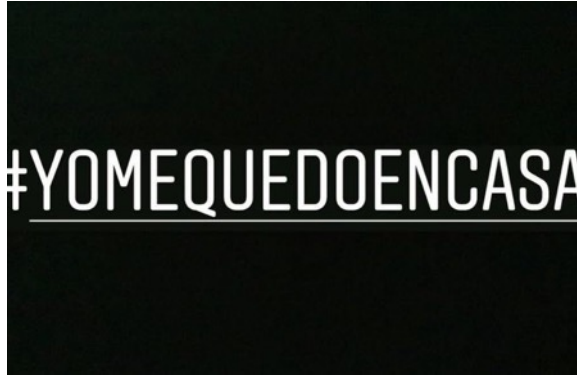
AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFianza

CRISIS
ECONÓMICA



La ventana de todos



[Este hashtag](#) ha sido una de las “firmas” para que cualquier persona pueda compartir por redes su manera de vivir el confinamiento: los contenidos pueden ir desde iniciar un reto, sumarse a alguna campaña, mostrar rutinas de ejercicios diarias, ofrecer recetas saludables o ideas para los más pequeños de la casa.

“Una voz que tiene peso”



Adriana Convers ([@fatpandora](#)) es una influencer colombiana de moda que ha trabajado por cuestionar los estereotipos de belleza femeninos y reivindicar el amor al cuerpo a partir de su historia de vida. Tiene más de 117 mil seguidores y en su cuenta comparte su día a día en forma de consejos y tips para las mujeres de talla grande.

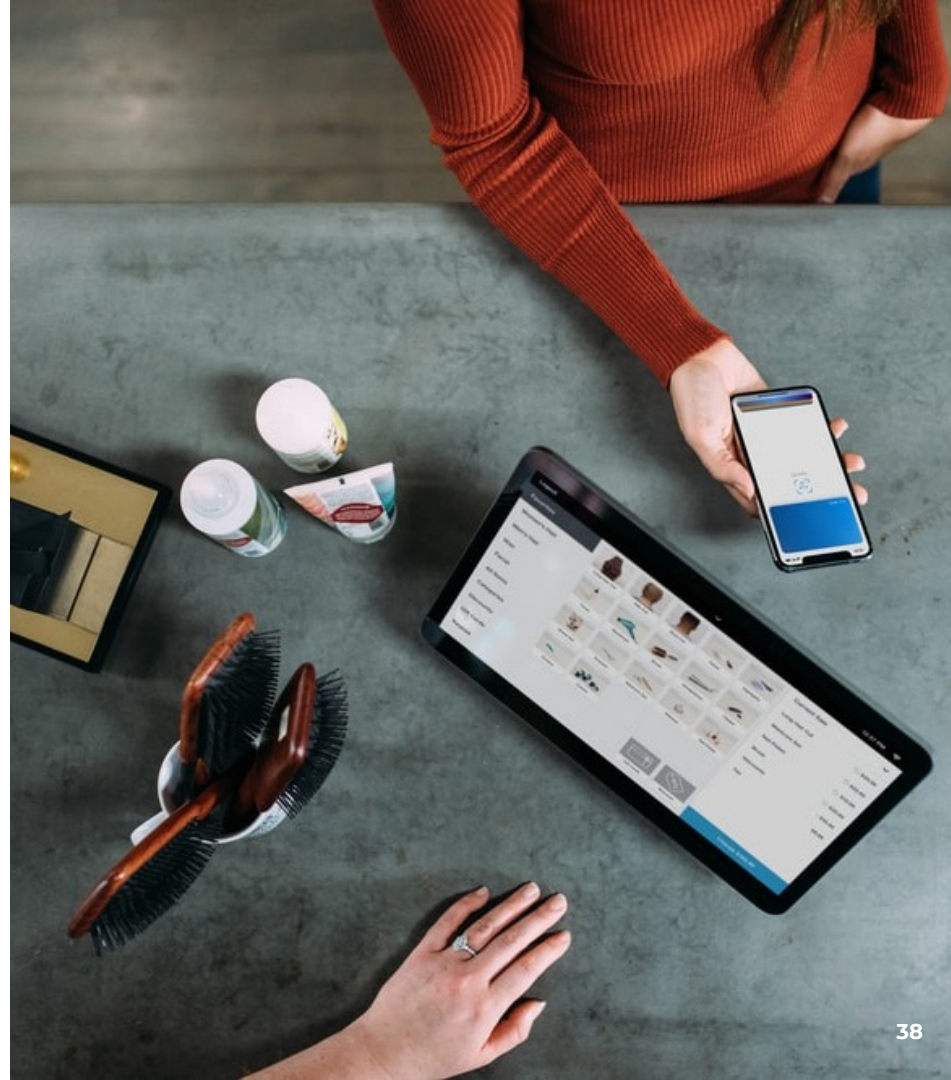
La moda de tu “avatar”



Animal Crossing es un videojuego de simulación en el que el jugador vive en un pueblo habitado por animales. Durante la cuarentena se ha observado la importancia de los “avatars” o representaciones digitales, ya que los jugadores están aprovechando para [lucir los outfits](#) (que no están usando en casa), en sus residencias virtuales.

3.2

Comercio accesible y personalizado



Tendencias asociadas

SOLUCIONES ABIERTAS



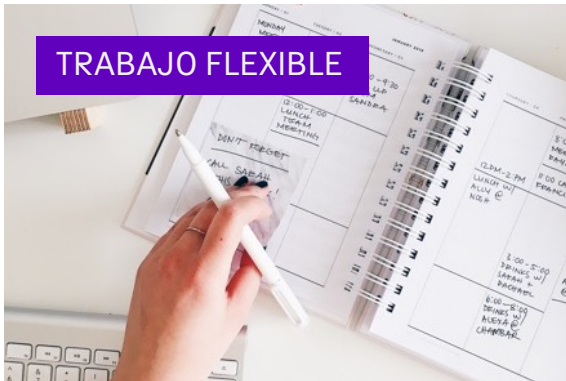
COMERCIO ININTERRUMPIDO



CADENAS DE VALOR
SOSTENIBLES



TRABAJO FLEXIBLE



EMPRESAS LIMPIAS



6. Soluciones Abiertas

#transparente #productiva #accesible #respetuosa

La pandemia ha aumentado la solidaridad, y el hecho de que todo el mundo esté unido para combatir un mismo enemigo en común, ha demostrado la gran capacidad que tienen las empresas para aportar soluciones que nos benefician a todos.

Aunque las tendencias asociadas al acceso y la transparencia de la información ya venían creciendo antes del virus, en la era post COVID-19 las empresas que sean capaces de seguir haciendo públicas tanto sus soluciones (I+D, productos y servicios, etc.) como sus prácticas (sueldos, diversidad, etc.), serán más respetadas, relevantes, y tendrán mayores probabilidades de alcanzar la fidelidad del cliente.

ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA

Ejercicio en casa: bueno para todos



[Algunos gimnasios](#) en diferentes partes de España están optando por [alquilar sus máquinas y herramientas de fitness](#) a sus usuarios. Con esta iniciativa obtienen algunos ingresos y benefician a quienes, por una cuota económica, quieren seguir ejercitándose en casa con los elementos adecuados.

Transparentes por defecto



La empresa de soporte a la gestión de las redes sociales, Buffer, tiene una política de “default to transparency”. A través de su [portal de transparencia](#), puedes acceder a información de sueldos, diversidad de los empleados, el código fuente utilizado en su producto digital, y los proyectos de innovación en desarrollo.

Los mejores consejos al alcance de todos



Para ayudar a los más de 100.000 instructores de zumba de todo el mundo a adaptar sus clases virtuales, la empresa Zumba Fitness ha abierto de forma gratuita su formación “Cue like a pro” que reúne tips y herramientas de enseñanza para todos sus instructores certificados.

7. Comercio ininterrumpido

#accesible #virtual #segura #distante

El crecimiento constante de Amazon (antes de la pandemia) ya evidenciaba una migración importante hacia las compras online.

Ahora, con tantas nuevas limitaciones para poder llevar a cabo las interacciones de compra y venta en lugares físicos, esta migración no solo seguirá creciendo, sino que se potenciará, multiplicando las opciones.

En los próximos años veremos la consolidación de un comercio abierto, digitalizado y más fácil que nunca, que le permitirá al usuario ser quien escoja cuándo y cómo quiere comprar.

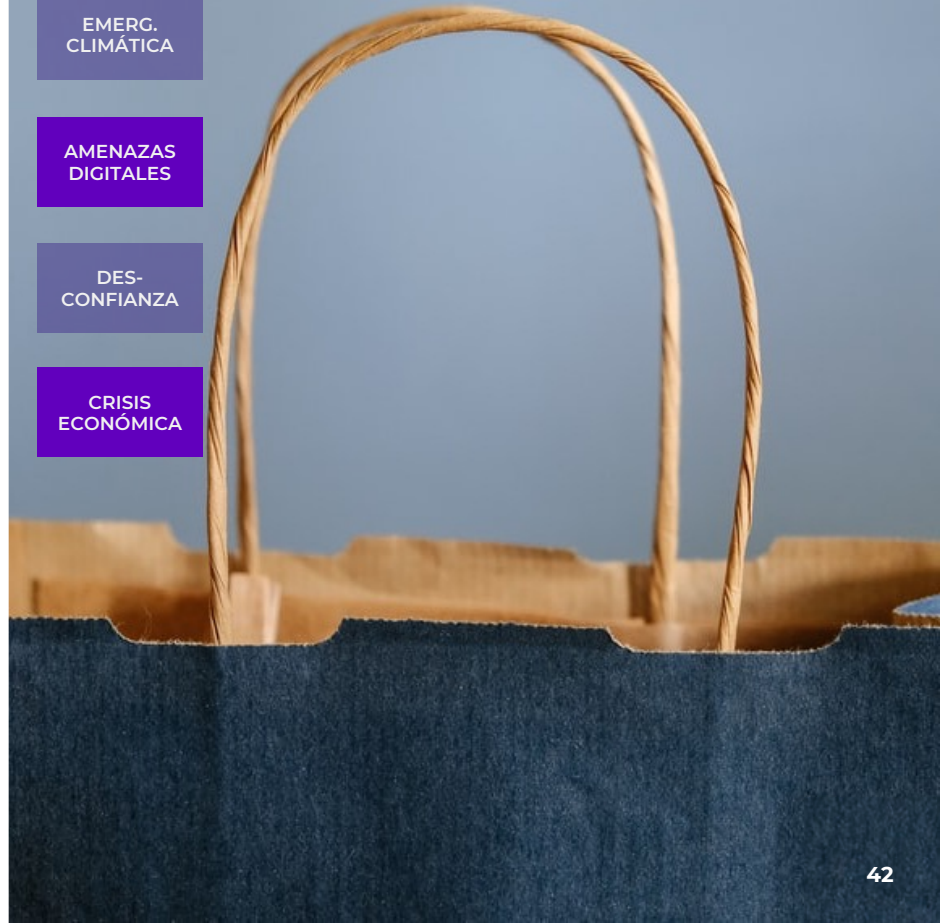
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

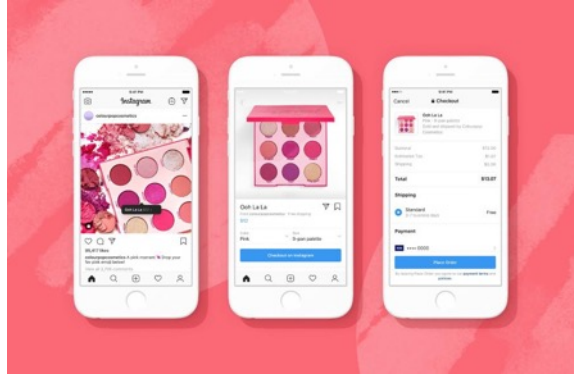
AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



¡Me gusta y lo compro!



Desde 2019 marcas como Joe's Jeans y SoulCycle están trabajando con influencers de Instagram para vender sus productos a través de la nueva funcionalidad "[checkout](#)". Hasta ahora han obtenido muy buenos resultados.

Más fácil, imposible



El año pasado Google introdujo una actualización para que los usuarios puedan comprarle a muchos vendedores directamente en sus webs. También pueden usar Google Shopping para localizar un ítem que estén buscando, una tienda dónde encontrarlo, y el precio.

Videos cortos y compras



En China, Tik Tok ya tiene funcionalidades de e-commerce. Las marcas pueden hacer link con tiendas, igual a como lo hacen Xiaohongshu o Bilibili (redes sociales populares). Ahora Tik Tok está experimentando esta funcionalidad en EEUU.

8. Cadenas de valor sostenibles

#consciente #responsable # sostenible # transparente

La sostenibilidad es un objetivo que mantendrá a las empresas en una constante búsqueda por mejorar, y esto significa ser capaces de asegurar que las acciones implementadas de cara al usuario no sean perjudiciales para otros agentes de la cadena de valor.

Las empresas que sean capaces de aprender a trabajar de la mano con sus stakeholders para asegurar una transformación transversal a prácticas más responsables, serán más relevantes, más rentables y podrán adaptarse mejor a la nueva normalidad.

Hablamos también de innovación en cadenas de suministro: las nuevas tecnologías permitirán a las empresas diversificar las ubicaciones de las fábricas, para servir a los mercados a través de redes locales en caso de nuevos cierres.

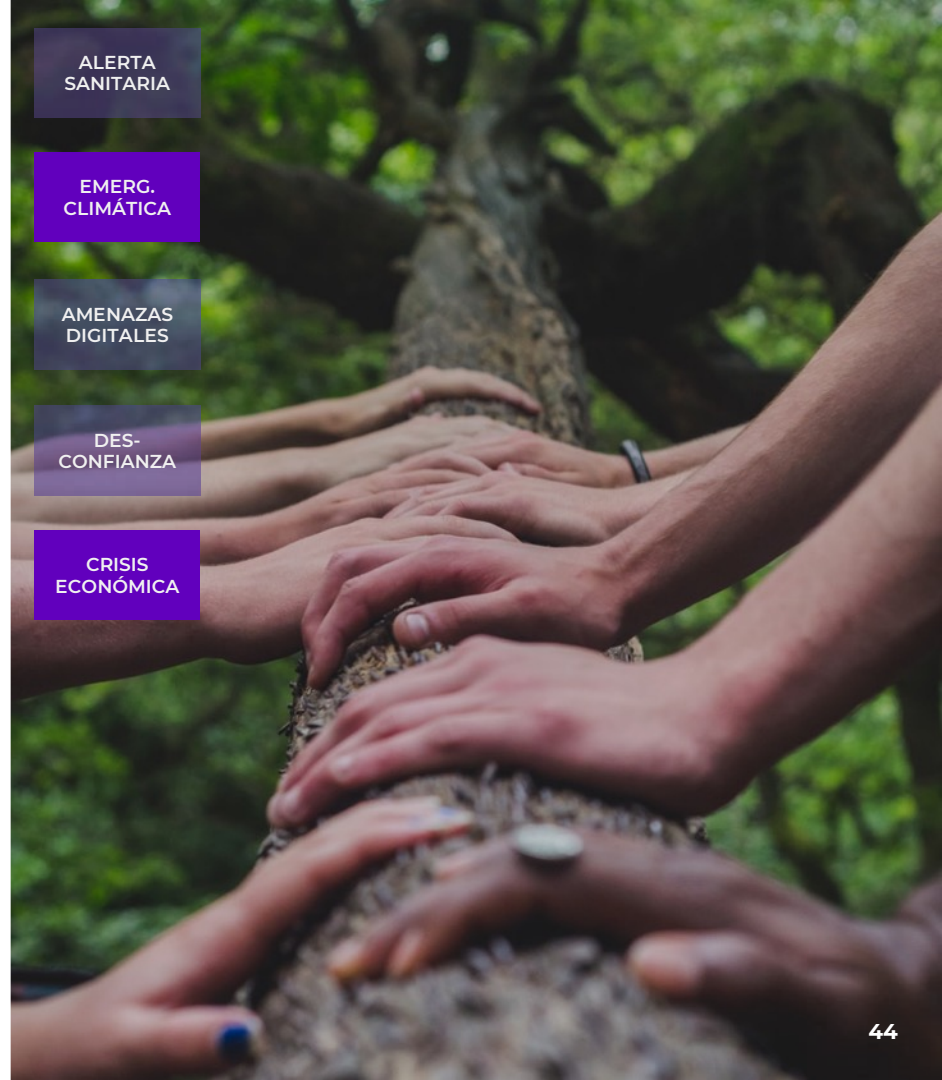
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFianza

CRISIS
ECONÓMICA



Damm de la mano con los bares



En medio de la crisis actual, [Damm ha decidido impulsar su apoyo a sus clientes de hostelería](#), reponiendo gratuitamente 3,5 millones de litros de cerveza, sumado al mantenimiento de instalaciones de barril para dejarlos a punto para su reapertura. Damm ha lanzado también su aplicación **Bar Manager** a través de la cual ofrece servicios personalizados, con especial enfoque, ahora, a la reapertura.

Vallformosa cuida a sus proveedores



Con la creación del Club Soc *Vallformosa*, la empresa tiene como objetivo mantener cerca a sus proveedores y aprender constantemente junto a ellos. Para esto les ofrece formaciones e incentivos que los motivan a entender toda la cadena de valor y hacer mejor su trabajo.

Máquinas para hacer vaqueros sostenibles.



La empresa [Jeanología](#), con sede en Valencia desarrolla técnicas para descontaminar los procesos textiles y optimizar el uso de agua y energía en la elaboración de vaqueros. Han conseguido que para su acabado se gaste solo un vaso de agua, en lugar de los 70 lts que se utilizaban en promedio.



Xavier Lesauvage.
CEO de Connociam Consulting.

“

Un 94% de las empresas del índice Fortune 1000 han tenido un impacto negativo en su gestión de stock, provocando escasez en muchos sectores. A raíz de esta situación, las empresas están aplicando la innovación para repensar su cadena logística. El paradigma está cambiando... Ahora, toman relevancia la seguridad en el suministro, la velocidad de entrega y unas capacidades de reacción e innovación rápidas. En algunos casos se cambia el modelo de transporte. En otros se diversifican proveedores, o se buscan alternativas geográficamente más próximas o con mayor capacidad de respuesta. También vemos un aumento en el uso de nuevas tecnologías -IoT, robótica avanzada, analytics y big data- y plataformas para anticipar y ganar transparencia en la gestión de la cadena de suministro, acelerando la evolución hacia el Supply Chain 4.0. **El reto es definir cómo debe ser el nuevo modelo de *supply chain* ante el nuevo paradigma post covid19.**

”

9. Trabajo flexible

#productiva #virtual #distante #segura

La acción de flexibilizar el trabajo puede tener muchos significados dependiendo del contexto actual de una empresa. En la economía de la proximidad responsable, el trabajo flexible significa que en gran parte de los sectores de la economía, las redes, las relaciones y hasta los contratos laborales se modificarán hacia modelos más personalizados de trabajo en red.

Puede incluso significar el fin de la oficina como lugar de trabajo, para pasar a representar el lugar de socialización y puesta en común de los equipos de trabajo.

De una manera u otra, al trabajar desde casa, a distancia pero en conexión constante, las empresas que han podido seguir a flote se han dado cuenta de que sus equipos pueden funcionar de manera diferente, y óptima: combinando no solo las capacidades tradicionales asociadas a sus roles laborales, sino habilidades e intereses personales.

ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



Teletrabajo "para siempre" Una semana de 4 días



El CEO de Twitter, Jack Dorsey anunció que los empleados tendrán la opción de trabajar en remoto "para siempre", si ellos así lo quieren. Esta afirmación refuerza la autonomía y el enfoque personalizado al trabajador que tiene la capacidad de decidir lo que crea más conveniente.



Microsoft Japón ha puesto en marcha una jornada laboral de 4 días consiguiendo que la productividad aumentara en un 40%. La medida, que forma parte del "Work Life Choice Challenge" se aplicó a 2.300 empleados e incluía planes de autodesarrollo y bienestar familiar.

Equipos autónomos



En USAA, empresa de seguros, le han dado libertad a parte del equipo de servicio al cliente para idear soluciones "a medida" en el momento en que el cliente las necesite. Gracias a esto han obtenido una participación del 84% entre trabajadores, y ha implementado más de 100 ideas de trabajadores.

10. Empresas limpias

#transparente #respetuosa #consciente #accesible

En este punto de inflexión, la responsabilidad de las personas en hacer elecciones de consumo responsable es muy importante, pero es limitada.

No se le puede pedir al usuario que transforme radicalmente su vida sin mostrarle el camino de cómo hacerlo de una forma viable, sostenible y realista.

Por eso, cada vez más, las empresas y los sectores deberán estar dispuestos a transformarse hasta donde sea necesario para facilitarle al usuario su propia transformación.

ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



Adiós a los coches



Culdesac Tempe es el primer proyecto inmobiliario post-coches de los EEUU dirigido a 1000 usuarios que quieran renunciar a tener un coche para experimentar una vida de barrio y comunidad diferentes. Contiene parking de perros, supermercado, gimnasio y restaurantes.

Repsol Solmatch



Esta solución energética de Repsol abre el camino hacia la generación distribuida en España mediante el diseño de comunidades solares en núcleos urbanos. Se basa en una combinación de energía solar generada por placas solares y energía proveniente de la red, ambas 100% renovables.

Más ligero y sostenible



La aerolínea KLM y la Universidad Tecnológica de Delft están diseñando el Flying -V un prototipo de avión que permitirá ahorrar combustible hasta en un 20%, lo cual reducirá significativamente la contaminación atmosférica.

3.3.

Tecnología
inteligente y
acelerada



Tendencias asociadas



11. Seguridad sanitaria

#distante #segura #respetuosa #consciente

La necesidad de sentirnos protegidos ante los factores peligrosos e invisibles a los ojos ya venía creciendo desde hace años; pero con la pandemia global se ha hecho mucho más evidente y se ha acelerado.

Empezando por las medidas de reducción de contacto, hasta la purificación del aire, en los próximos años se reforzará el uso de las tecnologías en salud con el objetivo de resolver los problemas más cotidianos de higiene y asepsia.

Las medidas que por ahora pueden parecer “temporales” están sentando las bases de una nueva forma de interactuar con los espacios, los objetos y en general con el contacto.

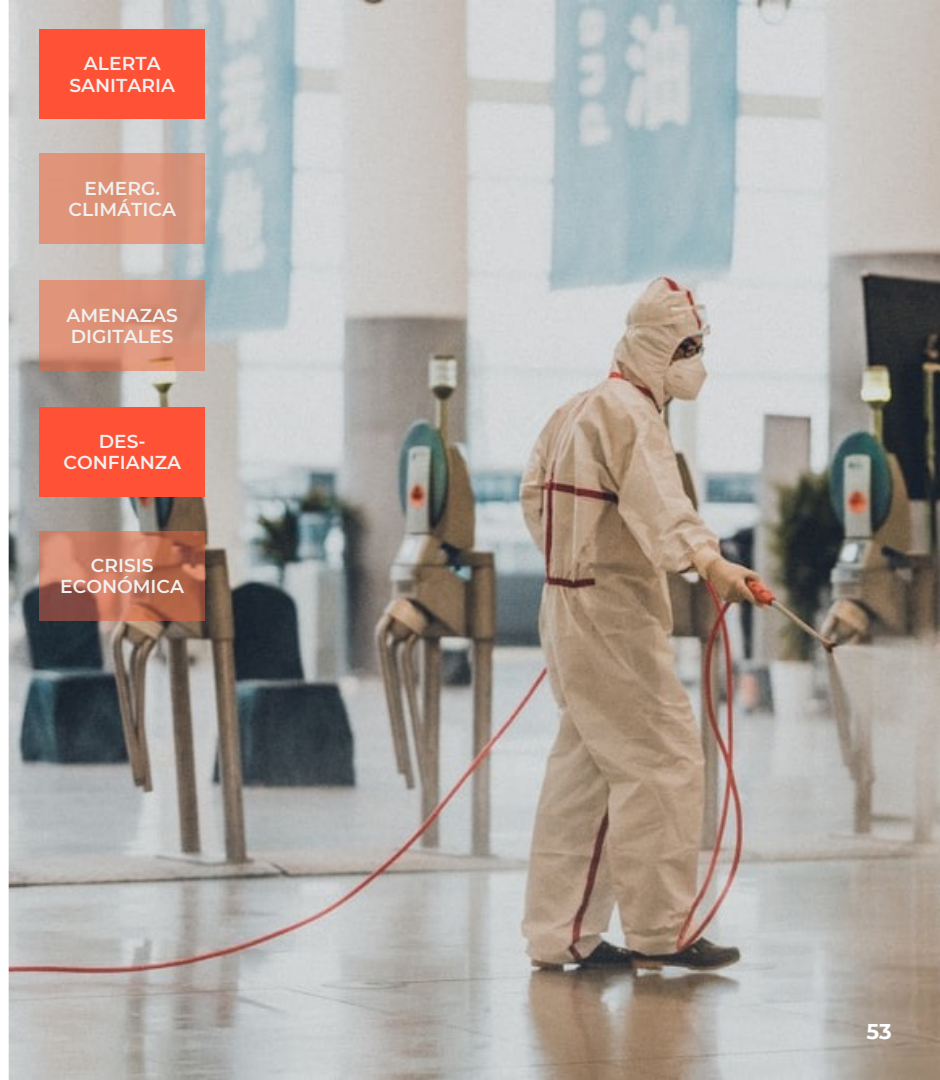
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



Llave "low touch"



[Hygiene Hand](#) es una pieza que cabe en un llavero y ayuda a sustituir todas las acciones en las que antes se utilizaban los dedos para potenciar la higiene y evitar el contagio del COVID-19. Medidas como esta, lejos de ser temporales, vienen para quedarse.

Monitor del aire en casa



[Bot Air](#) de Samsung es un purificador de aire que se presentó en 2019 con el objetivo de aliviar los temores relacionados con los factores de contaminación invisibles. El dispositivo opera solo y permite monitorear la calidad del aire en casa.

Tecnología para entregas sin contacto



[eDOR](#) es un sistema de entrega y seguridad de puertas que permite depositar paquetes sin la presencia de un propietario. A través de su sistema de seguridad inteligente 24/7 garantiza la entrega y protege al destinatario de posibles robos.

12. Realidades mezcladas

#virtual #consciente #íntima #accesible

La realidad virtual y la realidad aumentada están llevando la innovación mucho más allá de los juegos, el entretenimiento y la industria, para convertirse en parte fundamental de la vida cotidiana.

Esta es una tendencia que ya venía creciendo y que creemos que se acelerará en la medida en que la distancia social se imponga como un nuevo principio de vida. La realidad virtual y la realidad aumentada serán grandes aliados a la hora de crear experiencias “físicas” que no sean presenciales.

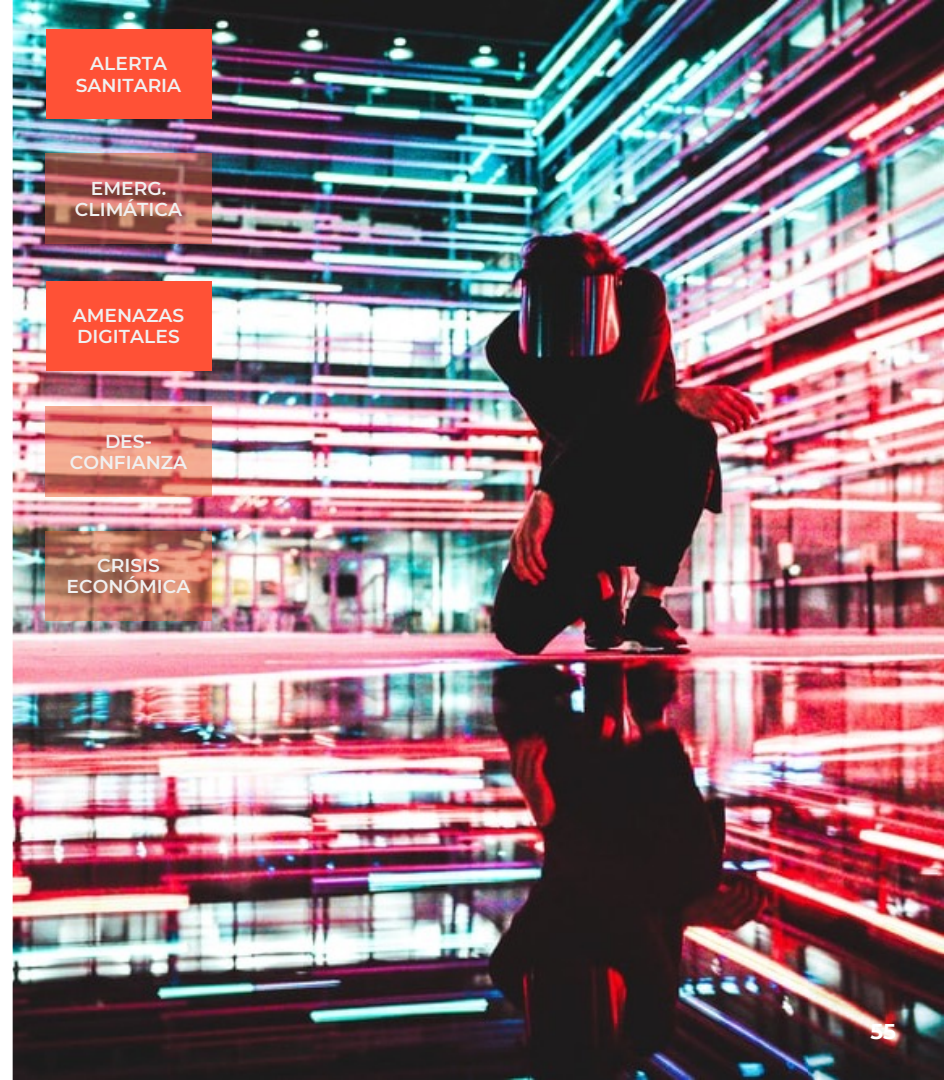
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



Creando con las máquinas



Artistas modernos están creando diálogos creativos con las máquinas a partir de los datos. El proyecto [“Machine hallucinations”](#) de Refik Anadol explora la ciudad de Nueva York desde la perspectiva de una máquina, descubriendo así una nueva era de creatividad de la inteligencia artificial.

Productos que se tocan a distancia



Alibaba, una compañía de retail muy grande en China, lanzó su solución de tecnología háptica [“Refinity”](#) que genera una experiencia multisensorial en las compras online. En lugar de imaginar las texturas de los productos a partir de descripciones, es posible sentirlos.

Modelos artificiales



La empresa japonesa DataGrid utiliza inteligencia artificial para crear [imágenes virtuales de modelos de moda](#). Después de estudiar muchos modelos reales han podido incorporar gestos “humanos” a estas creaciones, haciendo casi imposible diferenciarlos.

13. Compañeros virtuales

#virtual #íntima #consciente #respetuosa

Los asistentes digitales se normalizan y evolucionan hacia la figura de compañeros virtuales que aconsejan, entretienen y educan.

En la medida en que nos acostumbramos a incluir asistencia virtual con “chatbots” o que se crean robots de forma humana que se integran en algunos ámbitos de la vida cotidiana, las expectativas de las personas han ido creciendo y evolucionarán hasta crear lo que podría ser una “relación de cercanía”.

La crisis potenciará esta tendencia en la medida en que alivia la necesidad de compañía cuando no se puede tener.

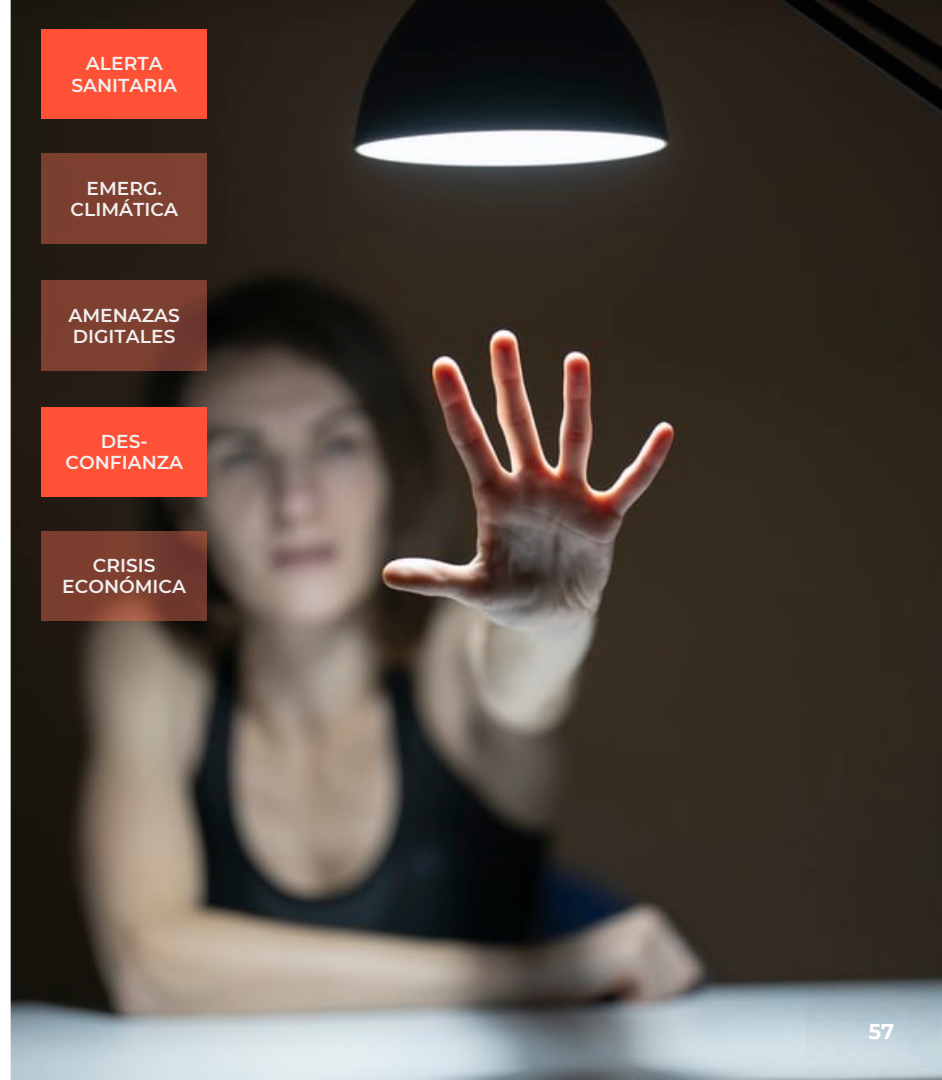
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



Una voz que te acompaña



ElliQ es un robot de compañía de activación por voz que le ayuda a las personas mayores a mantenerse conectadas con sus familias y sirve para entretener, acompañar o ayudar a recordar cosas como: tomarse una pastilla, hacer ejercicio, etc.

Un robot que te hace socializar



Investigadores en Korea han desarrollado un prototipo de robot llamado [FRIBO](#) que motiva a los jóvenes a escribir y llamarse unos a otros. No está hecho para ser "sociable", sino para hacer que otros socialicen, creando lo que se llama un "espacio de vivienda virtual" que conecta a los que están físicamente aislados.

Siri como terapeuta



Después de ver que una gran cantidad de usuarios [usa Siri como "terapeuta"](#), haciéndole preguntas mucho más profundas y existenciales, Apple está contratando ingenieros con formación en psicología que puedan ayudar a que Siri mejore la calidad de sus respuestas a los usuarios.

14. Vida datificada

#segura #transparente #accesible #consciente

Crece el uso y la trazabilidad de los datos personales para garantizar una mayor seguridad en diferentes ámbitos.

Aunque la datificación ha creado contra tendencias relacionadas con la privacidad y el derecho a la intimidad, el hecho de poder medir y extraer datos de nuestro cuerpo y nuestros comportamientos, permite aprender constantemente.

Las aplicaciones del uso de datos son infinitas y están ayudando a mejorar desde experiencias de compra, hasta el estado de salud de las personas.

ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA

Análisis de ADN para mejorar la piel



En 2018 [Harrods](#), incorporó el análisis de ADN en sus servicios de belleza. Los usuarios dan una muestra de su saliva que es utilizado para hacer un diagnóstico de la piel y preparar un tratamiento personalizado. El test por ADN está creciendo en el sector de belleza y cuidado de la piel.

Conductores más tranquilos



Kia está trabajando por incorporar tecnología para leer las emociones de los conductores. Su Sistema [“Read”](#) analiza las expresiones faciales y el ritmo cardíaco para descifrar cómo se siente el conductor y contribuir a mejorar su estado ajustando elementos como el aire, las luces o la música.

Entendiendo la menopausia



La clínica [Gennev](#) está utilizando la tecnología para ayudar a mejorar la experiencia de las mujeres que pasan por la menopausia. El objetivo es construir la mayor base de datos para crear un mapa de las necesidades y tensiones que vive una mujer en esta etapa y que aún no están resueltas por el mercado.

15. Digitalización acelerada

#virtual #productiva #accesible #segura

Cada día vemos por las noticias cómo los abuelos hablan con sus nietos por zoom, las fiestas y conciertos migran al *streaming* y las empresas de todo tipo van incorporando pagos digitales. Lo que no se había logrado en años de trabajo hacia la digitalización, se ha logrado “a la fuerza” y más rápido que nunca en los dos últimos meses.

Debido a las características de esta nueva normalidad, las personas, empresas e industrias tendrán que migrar a una versión mucho más digitalizada de sí mismas a un ritmo mucho más rápido que el habitual, ya que esta será la única opción de seguir existiendo.

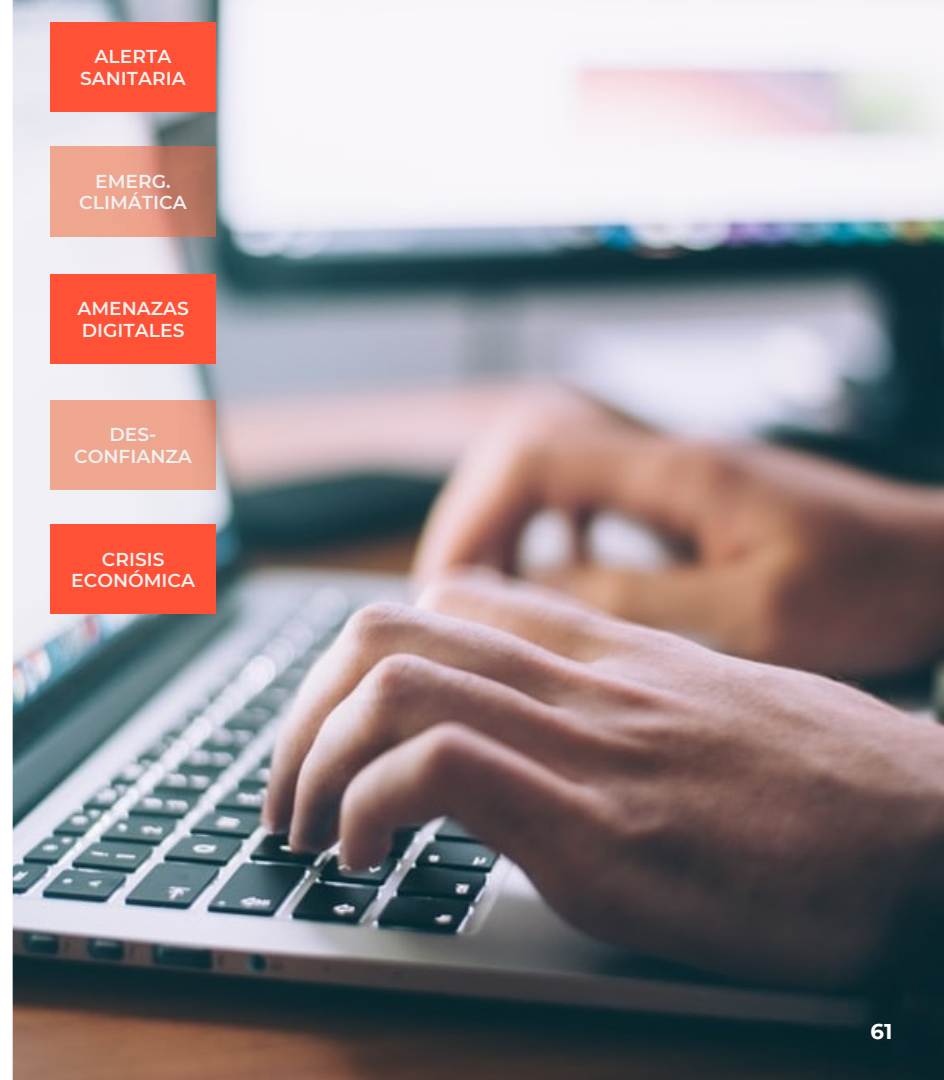
ALERTA
SANITARIA

EMERG.
CLIMÁTICA

AMENAZAS
DIGITALES

DES-
CONFIANZA

CRISIS
ECONÓMICA



Niñeras a distancia



La startup española de niñeras a domicilio [Nannyfy](#), se reinventó y ahora ofrece canguros por videollamada que pueden dar una gran variedad de clases a los niños. Sorprendentemente esta transformación no les ha generado pérdidas, sino que ha abierto un nuevo panorama de posibilidades.

Recursos humanos con realidad virtual



La empresa española [mentor-vr](#) ofrece experiencias inmersivas para *employer branding* y *onboarding*, que permiten presentar una empresa de una forma antes imposible: con realidad virtual presentan las oficinas, la cultura corporativa y los equipos para atraer así a potencial talento.

Vayavaca.com



Es la [plataforma de compra y venta de ganado online](#). Un mercado abierto 24/7, los 365 días al año en un sector que siempre había sido casi 100% presencial. Aunque era un proyecto en desarrollo, se aceleró a raíz de la necesidad de seguir con la actividad comercial durante el confinamiento.

04

10 tips para sobrevivir en la Economía de la Proximidad Responsable



10 tips para sobrevivir en la Economía de la Proximidad Responsable

Toda gran crisis es una oportunidad para innovar

Después de 30 años de crecer a un ritmo espectacular superior al 40% –llegó a abrir mil cafeterías en 5 años–, Starbucks estuvo a punto de morir de éxito. Las ventas empezaron a caer y la compañía entró en pérdidas en 2008, coincidiendo con la crisis financiera de Wall Street que afectó al mundo entero.

Se había perdido la relación emocional de Starbucks con sus clientes, que antes iban a los establecimientos no sólo por el café, sino por un sentimiento de comunidad.

El 26 de febrero de 2008 es una fecha histórica para la famosa cadena de cafeterías: ese día cerraron sus puertas los 7.100 Starbucks de Estados Unidos.

Schultz, quien tuvo que volver tras 8 años de parón, se dio cuenta que debía transformar la compañía, y llevó a cabo un pack de acciones con los objetivos de fortalecer el sentimiento de comunidad del consumidor, recuperar el amor por el producto del trabajador, y fortalecer la experiencia de usuario.



10 tips para sobrevivir en la Economía de la Proximidad Responsable

Nuevo ADN del Management: la empresa humanista

En plena **revolución tecnológica**, en que como Humanidad afrontamos el momento de la “Singularidad” (la superación de las capacidades humanas por parte de la tecnología), vamos hacia un modelo de empresa que rompe con la estructura organizativa de la era industrial: la **empresa humanista**.

Un modelo que se basa en la tecnología, sí, pero para impulsar el potencial creativo de las personas, quienes las harán, a las organizaciones, realmente diferentes y especiales a la vista de los consumidores y usuarios.

Compartimos a continuación 10 tips para afrontar la Economía de la Proximidad Responsable, desde el prisma de la empresa humanista.



Imagen "Despabilando las Neuronas"



Francesc Iglesias

Adjunto a la Dirección del Institut Català de la Salut.

“

¿Imaginas realizar ahora un plan estratégico?

¿Con quién deberemos contar para desarrollar nuevas estrategias?
¿Qué esquemas de pensamiento serán los apropiados para abordar una nueva visión de nuestras organizaciones? ¿Con qué líderes contaremos para ejecutar las acciones que nos propongamos emprender? ¿Cómo evaluaremos sin complacencias?

En la nueva era, vamos a tener que alejarnos de sistemas anodinos de planificación y formulación estratégica.

Los nuevos tiempos exigen intrepidez, asertividad y capacidades para asumir cambios radicales y estructurales, navegando en un mar de incertidumbres, donde no habrá solución para todo. Los líderes tendrán que tener la doble capacidad de ser “Masters and Commanders”.

[Extracto del post de Francesc Iglesias en la Fundació Signo](#)

”

10 tips para sobrevivir en la Economía de la Proximidad Responsable

01. ESPACIO PARA LA CREATIVIDAD

02. PROCESO DE INNOVACIÓN HIPER ÁGIL

03. INNOVACIÓN ABIERTA

04. PROPÓSITO DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL

05. LIDERAZGO RESONANTE EN ENTORNOS COMPLEJOS

06. EL PROFESIONAL POLÍMATA

07. INTELIGENCIA COLECTIVA

08. FORTALECER LAS COMUNIDADES DE MARCA

09. MEJORAR LA EXPERIENCIA ONLINE DEL USUARIO

10. ACTIVOS Y RECURSOS FLEXIBLES



El método i-Flow para crear organizaciones realmente innovadoras
[Artículo Sociedad de la Innovación: Transformación organizativa](#)

01. Espacio para la creatividad

Las empresas innovadoras fomentan y mantienen una cultura de cambio continuo mediante las siguientes 4 prácticas:

- **Experimentan** pensando en futuros no conocidos, a sabiendas que no van a reportar resultados a corto
- **Tratan las malas ideas** (y a sus ideadores) como un recurso para seguir innovando, no como un fracaso a evitar repetir.
- **Revitalizan su espacio y sus hábitos internos de forma continua, para mantener la tensión creativa:** espacios, hábitos, sistemas internos... cambian para evitar que las personas entren en una dinámica de statu quo que les impida pensar de forma creativa. La [innovación en espacios](#) internos es sólo una ejemplo de ello.
- **Fomentan la agilidad en la gestión:** nunca se conforman con lo que los ha llevado al éxito. A pesar de estar triunfando, se inventan y prueban nuevas formas de triunfar, muchas veces canibalizando su propio éxito. Mantienen intacta su capacidad de sorprender al cliente. Y en lugar de planificar a un largo plazo que no sabemos si existirá, activan [planes de innovación ágil](#) a corto.

[Artículo Sociedad de la Innovación: 20 Competencias de personas creativas](#)





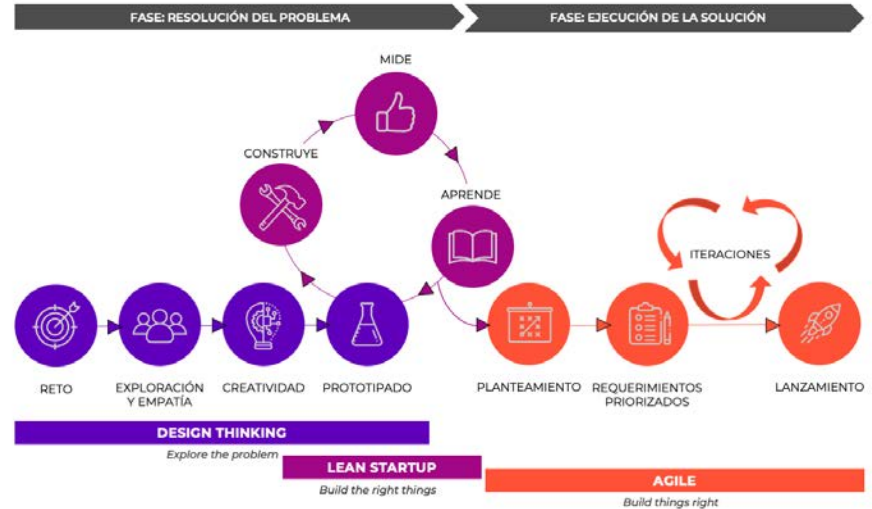
El **World Economic Forum** destaca la creatividad como una de las 3 principales habilidades del trabajador en 2022, subiendo desde el 5° puesto en 2018. Crisis como las del Coronavirus, emergencias como la climática, y las amenazas de la disrupción tecnológica en todos los sectores refuerzan la necesidad de profesionales creativos en nuestras organizaciones.

02. Procesos de innovación hiper ágiles

Las empresas vienen operando a través de planes estratégicos a 3, 5 y hasta 10 años vista. Esto era válido en la era del crecimiento lineal y en un entorno en el que nada cambiaba. Todos los planes de este 2020, son papel mojado.

El plan estratégico a 5 años ha muerto, y necesita ser sustituido por una visión clara a medio y largo plazo, complementada por un plan de innovación que funcione a través de retos de innovación ágiles a resolver a corto plazo.

Han nacido una serie de metodologías que, combinadas, deben ayudar a las organizaciones a fomentar la cultura de la experimentación ágil. Aquella empresa que base su capacidad de innovación en proyectos de más de un año de duración...llegará tarde al mercado.





El **modelo 5*5*5 de Google** promueve la experimentación de 5 proyectos en 5 semanas con 5000 USD de presupuesto.

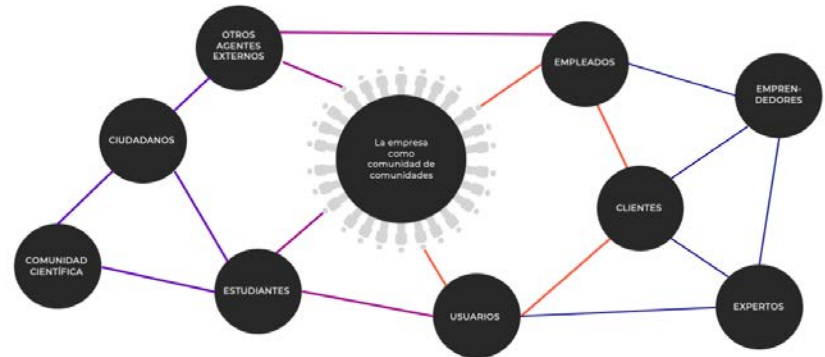
3. Innovación abierta

Porque las organizaciones ya no son un ente aislado y desconectado desde las cuales vendemos nuestros productos y servicios. **Las organizaciones aportan valor a su comunidad, o mueren.**

El 72% de las ideas vienen de los trabajadores, el 20% de personas externas (estudiantes, profesores, usuarios, clientes) y sólo el 7% vienen directamente de la I + D.

Hay datos muy exactos en cuanto a lo que realmente es importante para tu organización, y está ocurriendo fuera de tus cuatro paredes: en el ámbito de las bibliotecas, más del 25% de las ideas de éxito vienen de los trabajadores. En el ámbito de los deportes extremos, más de un tercio de las ideas de éxito vienen de los usuarios, que como en el caso de la “*mountain bike*”, ¡incluso la crean los propios usuarios!

1. **Define el modelo de comunidad que quieres** (estrategia, procesos, organización y cultura)
2. **Crea el entorno colaborativo adecuado** (plataforma digital colaborativa, espíritu de participación y colaboración entre los participantes...)
3. **Gestiona el ciclo de innovación a través de metodologías ágiles**, haciendo que las cosas ocurran.



04. Propósito de transformación social

En la economía de la Proximidad Responsable, los valores corporativos ya no son un apartado más de una declaración institucional; las acciones de generación de comunidad ya no son una actividad más de marketing social relacionado con la sostenibilidad y que sirve básicamente para rellenar páginas de los informes anuales de Responsabilidad Social Corporativa.

La estrategia empresarial ya no va de objetivos de mercado que sólo miran hacia adentro (“vender un 10% más”), sino de alcanzar un propósito de transformación masiva mirando hacia afuera, hacia la sociedad.



05. Liderazgo resonante en entornos complejos

El líder resonante es aquel que es capaz de crear un entorno en que las personas conecten con emociones positivas, se sincronicen con la visión, la organización, los líderes, y sus compañeros de trabajo, de tal forma que alcancen su estado de *flow* creativo.

El líder visionario, el coach, el afiliativo y el democrático son los estilos de liderazgo que más desarrollan las cuatro competencias emocionales clave del liderazgo resonante:

- **Conciencia de uno mismo:** conciencia emocional, valoración competencial adecuada y autoconfianza.
- **Autogestión:** autocontrol, transparencia, adaptabilidad, logro, iniciativa y optimismo.
- **Conciencia social:** empatía, conciencia organizativa y enfoque de servicio.
- **Gestión de las relaciones:** inspiración, influencia, desarrollo personal de los demás, catalizador del cambio, gestión de los conflictos, trabajo en equipo y colaboración

[Artículo Sociedad de la Innovación: Liderazgo Resonante](#)



[Artículo Sociedad de la Innovación: 7 consejos para liderar equipos en tiempos de crisis, según los expertos](#)



La clave, según Goleman, no está en desarrollar uno de los 4 tipos de liderazgo más resonantes, sino en comprender que el líder resonante es capaz de ser flexible y entender qué estilo de liderazgo es necesario en cada momento.

06. El profesional polímata

La producción científica se duplica cada diez años. El 90% de los investigadores que ha habido en toda la Historia de la Humanidad están vivos hoy.

La era de la infoxicación imposibilita abarcar todo el conocimiento: pierde sentido el hombre del Renacimiento, que dominaba todas las disciplinas.

Hoy, no se trata tanto de sumar conocimientos por el afán de atesorarlos, sino de ser capaces de aplicar genuinamente el dominio de múltiples habilidades para interpretar la realidad, y actuar mejor sobre ella. De ahí la importancia de la diversidad en la empresa.

Además, como afirma el filósofo José Antonio Marina, “no basta con la experiencia, hace falta querer aprender”.

La experiencia, la actitud de aprendizaje continuo, y la diversidad de habilidades, deben estar hoy al servicio de la creatividad y la innovación.

Fuente: Estudio “Polímatas”, de Deusto Business School y la empresa 3M.





Paco Bree, Director del Master in Business Innovation, Deusto Business School. Consultor de innovación y colaborador en diferentes medios de comunicación.

“

Los autores Jack Zenger y Joseph Folkman explicaban en un artículo del año 2014 para HBR los 10 comportamientos distintivos o especiales que los líderes de la innovación deberían tener.

Según su grado de importancia estos comportamientos son: 1) capacidad para describir el futuro; 2) gran orientación al cliente; 3) capacidad para crear un clima de confianza recíproca; 4) lealtad sin temor para hacer lo que es mejor para la organización y el cliente; 5) fomentar una cultura capaz de liberar el potencial de los empleados desde abajo hacia arriba; 6) capacidad de persuasión; 7) superar las expectativas alcanzando objetivos retadores; 8) fomentar la agilidad con experimentos y prototipos rápidos; 9) honestidad, sinceridad e incluso contundencia en su comunicación; 10) capaces de inspirar y motivar a través de la acción.

En mi opinión, podríamos incluir la humildad, que será una condición esencial para un líder que estará en medio de un torbellino de talento en entornos cada vez más inciertos.

”



Ilustración de Paco Bree. Competencias Centrales / "Core Competences", del libro del mismo autor "100 Conceptos de Innovación" (2018). Imagen cedida por el autor para este informe.

07. Inteligencia colectiva

El concepto de inteligencia colectiva ha evolucionado. De basarse en la generación de conocimiento a través de la conectividad y participación del talento de las personas (de dentro y fuera de una organización), a un nuevo paradigma basado en la **suma de la inteligencia de las personas con las capacidades de la tecnología**.

La empresa debe plantearse qué tipo de plataformas puede crear para utilizar el conocimiento colectivo de usuarios internos y externos, junto con la inteligencia artificial, para ayudar a tomar mejores decisiones empresariales, como por ejemplo: nuevos productos y servicios, campañas, colaboraciones, etc.

El proyecto “Clickworkers” para crear el mapa de cráteres de la **Nasa**, el algoritmo de **Google**, la **Wikipedia**, o las decisiones de nuevas colecciones de la pequeña empresa de moda **Threadless**, basadas en las sugerencias online de sus usuarios.

¿Estás tomando decisiones en base a la inteligencia colectiva?

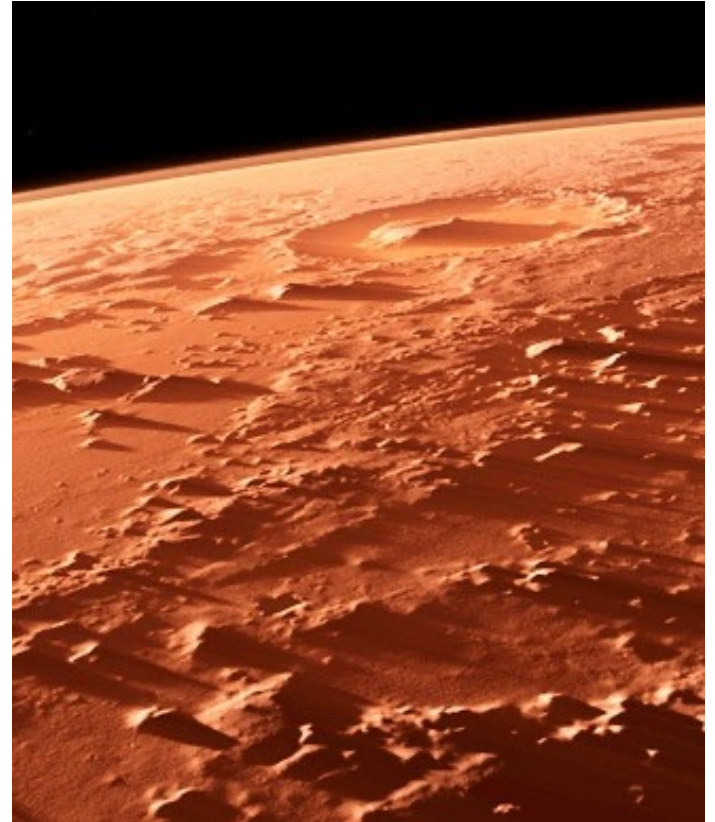


Imagen del proyecto de “NASA Clickworkers”



Yolanda Triviño,
Socia Fundadora en Valkiria Hubs.

“

La inteligencia colectiva permite unir la mente humana al potencial de las máquinas.

Hay que perderle el miedo a la tecnología: ya está permitiendo que en realidad nos dediquemos a aquello en lo que como seres humanos somos mejores.

Esto es: a aprender, a desarrollarnos, a crear.

Esta tecnología nos permitirá lidiar con el ladrón del tiempo que son todas las tareas repetitivas que hacemos hoy en nuestros trabajos.

Y esto más que futuro, ya es presente.

”

08. Comunidades de marca

En los últimos años, han sido muchas las empresas que se han subido al carro de las comunidades de marca. Es decir, la creación de un grupo de personas unidos por un interés común relacionado con una determinada marca. Los beneficios proporcionados por esta estrategia son numerosos:

- Una relación más directa y continua con los consumidores proporciona a las empresas una información muy valiosa.
- Utilizar las comunidades de marca como piloto para introducir nuevos productos, testear cambios, prevenir posibles errores, etc.
- Un aumento del *engagement* y la fidelidad de los consumidores. Éstos, al sentirse relevantes, se involucran en todo el proceso.
- Los consumidores se convierten en promotores y defensores de la marca.
- Diferenciación de marca respecto a los competidores.
- Creación de barreras de entrada en la industria.

[Artículo Sociedad de la Innovación: El poder de la creación de comunidades de marca](#)



09. Experiencia digital del usuario

Ofrecer excelentes experiencias a los clientes en cada punto de contacto digital se está convirtiendo en un imperativo para las empresas. Un informe de la consultora Walker afirmaba que **el 86% de los compradores planea pagar más por una mejor experiencia del cliente.**

En la Economía de la Proximidad Responsable, trabajar el viaje digital del cliente tiene más importancia que nunca. SDLI te propone 8 pasos clave para digitalizar el negocio, poniendo el foco en la experiencia del cliente:

1. Compromiso con la innovación digital
2. Evaluar portfolio de productos a digitalizar
3. Explorar soluciones digitales ya existentes
4. Investigar las necesidades del cliente
5. Desarrollar el Mínimo Producto Viable
6. Desarrollar la estrategia de marketing digital
7. Digitalizar los procesos asociados al viaje del cliente
8. Desarrollar el posicionamiento de marca digital

[Artículo Sociedad de la Innovación: digitalizar productos y servicios](#)



[Noticia del confidencial: "Primark asume un impacto de 325M tras reducir a 0 sus ventas por cierres de tiendas"](#)



Xavi Olba.
Consultor de innovación en salud en SDLI.

“

La era del paciente post COVID-19 estará marcada por dos características. En primer lugar, se va acelerar la digitalización de la gestión de su salud. La telemedicina, en todas sus modalidades (tele-diagnóstico, tele-consulta o tele-monitorización), han sido de gran ayuda en la época de pandemia y se van a quedar definitivamente, ya que se ha demostrado que el paciente se siente mejor controlado. Entre todas las disciplinas digitales, el Big Data será la gran ganadora para ir más a una medicina basada en la precisión de los datos.

La segunda característica es que la salud se convierte ya definitivamente en una de las principales prioridades de los seres humanos ya que el Covid-19 ha descubierto nuestra fragilidad.

El paciente va a empoderarse y va a tomar un rol más activo en el cuidado de su salud y formará un tándem con su profesional sanitario que va a mejorar los resultados de salud.

”

10. Activos y recursos flexibles

¿Tiene sentido, en la era del cambio constante, poseer activos fijos y determinados recursos destinados a un único uso?

¿Existen otras modalidades que puedan tener más sentido en este nuevo contexto?

Hasta ahora, habíamos entendido que no hacía falta poseer servidores para poder utilizar herramientas informáticas, dando espacio para herramientas SaaS que nos daban el mismo servicio por el precio de una licencia de uso. Lo mismo ha ocurrido con servicios no “core” que hemos ido externalizando, como la traducción.

¿Pero podemos llegar a flexibilizar infraestructura “core” como la productiva?

Salim Ismail ya ha dado su respuesta en su Exponential Organizations.



Proyecto de Seat, Hp, Leitat, Consorcio De La Zona Franca, Impresión 3D, Coronavirus, Covid-19

05

Primeros pasos hacia la transformación: modelo SDLI de gestión de crisis



Ilustración de [GABO](#) sobre las tres fases del modelo de SDLI de gestión de crisis

Gestión de crisis en situaciones de emergencia

Este mundo volátil, incierto, complejo y ambiguo (VUCA) del que tanto hemos hablado, y que hasta el momento, lo habíamos visualizado en cambios sociales, cambios de comportamientos del consumidor, de la transformación digital de los negocios, de globalización, etc.

Pero de golpe, y a causa de un simple virus, se transforma en un mundo de incertidumbre total, en situación de emergencia a escala global, que rompe todos nuestros planes.

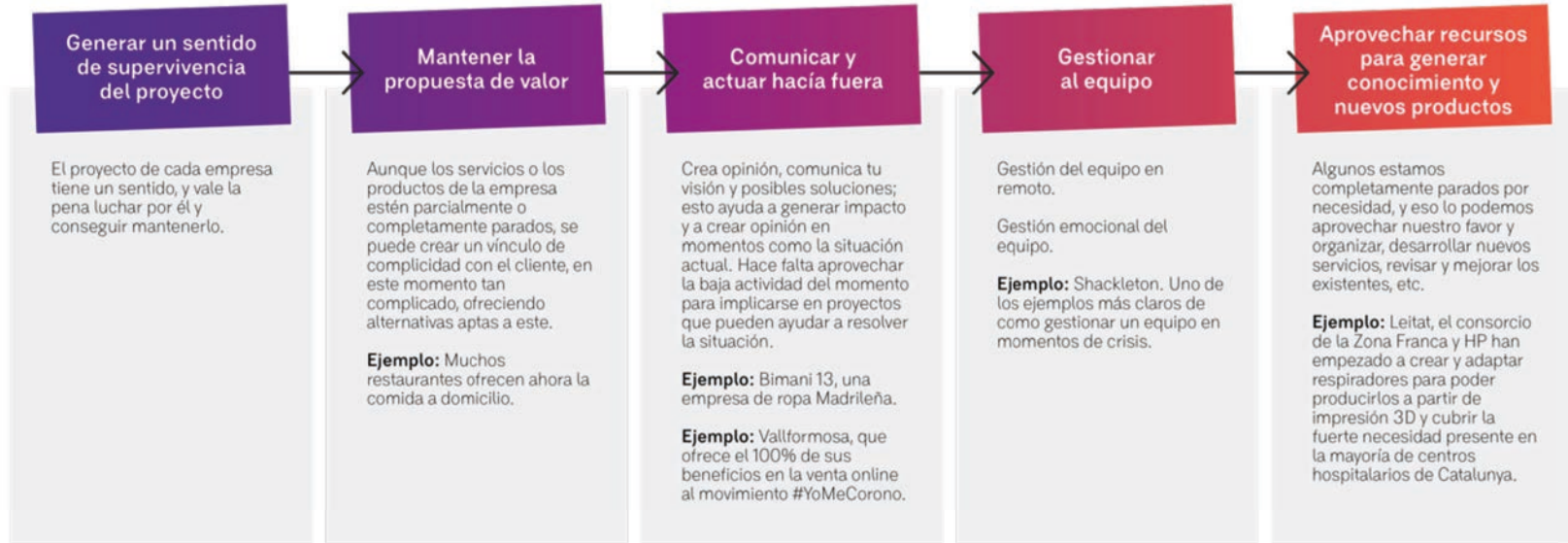
Si analizamos los modelos de gestión del cambio más conocidos hasta ahora, veremos que [John Kotter lanzó uno de los modelos que más éxito han tenido hasta el momento](#). Aún así, aunque el modelo de **Kotter** siga siendo conveniente y útil para el momento, la volatilidad y la incertidumbre de esta nueva situación nos llevan a pensar y plantear un modelo distinto.

Un modelo en el que ya partimos de una situación de peligro y donde el estado de emergencia ya se ha asumido socialmente, pero en el que hace falta superar distintas fases.

Fases del modelo de gestión de crisis SDLI



Fase 01 Sobrevive



Gestionar al equipo

Uno de los aspectos más relevantes de la primera fase de gestión de crisis ("Sobrevive") en contextos de elevada complejidad e incertidumbre, es la gestión emocional de los equipos.

Equipos formados por personas que igual que tú, están pasando por momentos intensos: miedo, angustia, incertidumbre, pesimismo, esperanza, enfado... En momentos así, ¿Cómo mantener el ánimo para sacar el trabajo y los compromisos adelante? ¿Cómo generar la idea de un proyecto ilusionante y con futuro? ¿Cómo mantener la cohesión de un grupo con intereses distintos que en momentos de tensión tienen la tendencia natural a cerrarse en sí mismos, emocionalmente?

Las acciones que como líder tomes hoy durante esta crisis, van a determinar el futuro de tu equipo.

7 CONSEJOS PARA LIDERAR EQUIPOS EN TIEMPOS DE CRISIS

1

Crea un equipo de gestión de crisis que se encargue de sacar la compañía a flote.

2

Elabora y comparte internamente una **visión** al medio y largo plazo de la compañía.

3

Diseña y activa un plan de acción a corto para salir de la crisis.

4

Abre las decisiones a la aportación del talento interno.

5

Atiende a lo personal: ¿En qué puedes ayudar?

6

Posibilita el equilibrio ocupacional, evitando la saturación mental.

7

Comunica de forma justa y frecuente, evitando la sobre-comunicación.

Fase 02 Después levanta

Preparar un plan de recuperación

Revisar oportunidades y recursos para poder priorizar el plan de recuperación. Hace falta reconocer que productos y servicios han perdido el sentido y mirar cuáles hace falta añadir o empezar a ofrecer después del aprendizaje de la crisis.

Eliminar procesos inútiles o poco eficientes

Hace falta eliminar antiguos hábitos y aprovechar las dinámicas que se han creado dentro del equipo en esta fase de crisis. Reducir reuniones de más, espacios poco útiles, y focalizarnos en procesos y actividades que aporten más valor.

Es mejor acabar antes la jornada laboral habiendo aprovechado todas las horas de forma eficiente, que no al revés.

Recuperar la confianza de los clientes

La confianza con el cliente se puede recuperar o perderla des del primer momento, actuando de forma rápida y ofreciendo nuevos productos y servicios adaptados al momento que se está viviendo ahora.

Recuperar el equipo a nivel emocional y operativo

Se tiene que aprovechar el aprendizaje durante esta fase de la crisis y evaluar que personas se han implicado más con la organización y han ayudado a garantizar la viabilidad de la empresa en esta nueva etapa.

Fase 03 Innova

Modelo de negocio

Revisar la forma en que creas, entregas y capturas valor. Piensa en como innovar en todo aquello que percibe el cliente, principalmente: producto y servicio, experiencia del usuario, y modelo de ingresos.

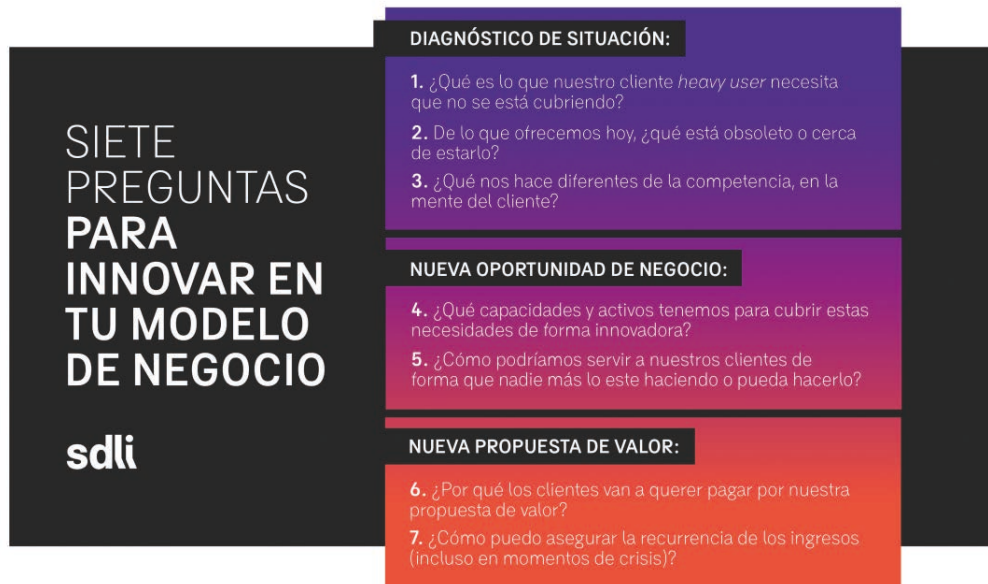
Ejes de transformación del negocio

Te sugerimos 6 ejes clave de transformación para adaptarte a la nueva era del cambio constante.

Digitalización de productos y servicios

Diseña la experiencia digital ideal para tu usuario target, en cuanto al consumo de tu producto y/o servicio (antes, durante y después).

7 preguntas para innovar en tu modelo de negocio



[Artículo Sociedad de la Innovación: Guía práctica para innovar en tu negocio o proyecto sin olvidar el modelo de ingresos](#)

6 ejes clave de transformación del negocio



Crea procesos inteligentes
en vez de rutinas.



Integra la vigilancia
competitiva.



Trabaja
en red.



Identificar, potenciar e incorporar
talento a la organización.



Crear una organización
flexible.



Transformación digital
real de la organización.

[Artículo Sociedad de la Innovación: Modelo SDLI de gestión de crisis en un mundo VUCA](#)



Laura Gil, Directora de Transformación Digital en Damm

“

Si antes de la crisis sanitaria, la transformación digital ya se consideraba totalmente necesaria, esta situación ha acelerado los planes de muchas empresas y ha permitido a aquellas que ya habíamos desarrollado este proceso poner a prueba todas las iniciativas implementadas para estar al lado tanto de nuestros equipos como de los clientes y la sociedad en su conjunto. **Porque ahora más que nunca se ha demostrado que la digitalización no nos aleja, sino todo lo contrario, nos permite estar al lado de las personas a pesar de la distancia física.**

La innovación colaborativa y el trabajo en equipos transversales nos ha permitido impulsar nuestra app **Bar Manager**, para estar cerca de todos nuestros bares.

”

8 pasos para la digitalización de tus productos y servicios





Joan Ras, Socio Fundador y CEO en SDLI.
"Visionario Conector"

“

Hemos hecho un aterrizaje forzoso en el mundo VUCA a nivel global. Nadie ni ningún país están a salvo del cambio que ya ha llegado.

Por ello, es necesario transformar nuestras organizaciones; hacerlas flexibles y ágiles para que puedan responder a los retos de forma rápida y con un coste mínimo.

Disponer de un sistema de vigilancia competitiva permanente, incorporar inteligencia, potenciar el talento innovador y hacer una transformación digital real son los principales ejes de transformación.

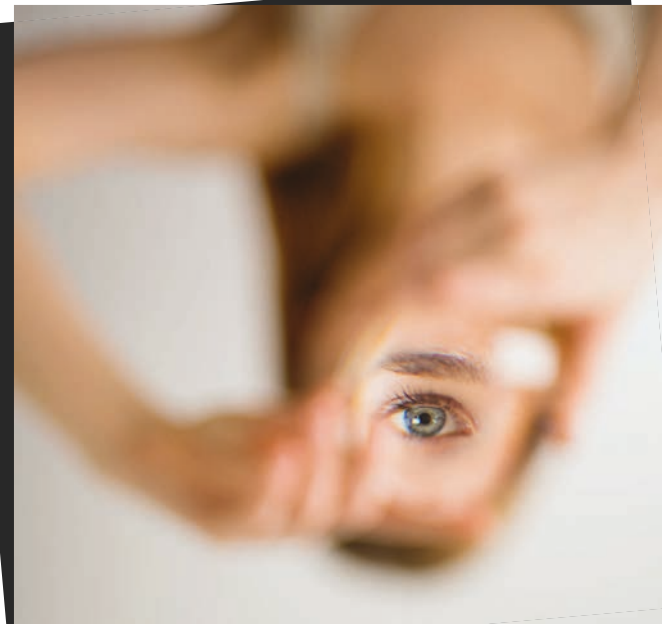
Es el momento de reinventar vuestro negocio, vuestra vida, quedaros con aquello realmente importante y prescindir de elementos que no aportan valor.

Estas competencias y esta actitud van a ser las que nos empujen en esta nueva era POST COVID-19.

”

06

Una visión desde la psicología



El COVID-19 puede desactivar algunos sesgos cognitivos anti innovación

La psicología cognitiva, liderada por **Thaler y Kahneman** principalmente, elaboró hace ya unas décadas un cuerpo de conocimiento denominado Economía Conductual o “Behavioural Economics”, que desarrolla sobre el impacto de los **“sesgos cognitivos”** en la toma de decisiones de las personas.

Ello rompió las teorías clásicas que explicaban la Economía desde las decisiones racionales de las personas, lo que valió a ambos para conseguir su Premio Nobel de Economía (en ediciones distintas).

Los sesgos cognitivos son de especial relevancia en momentos de alto estrés e incertidumbre como el que vivimos. Por ejemplo, el sesgo cognitivo del **“descuido de la probabilidad”** genera una visión exagerada del riesgo de contraer la enfermedad.

Así, a menos que el virus sea controlado en un futuro cercano, Este sesgo puede provocar mucho más miedo del que debería en algunas personas, que tomarán medidas preventivas exageradas.

Esta crisis es distinta porque abarca lo psicológico más que lo han hecho otras, lo que nos obliga a comprender las consecuencias de algunos sesgos cognitivos, para actuar desde la los Gobiernos, la Administración y la empresa.

Pero el COVID-19 también es campo abonado para **sesgos cognitivos que activen un cambio hacia lo positivo**, si sabemos gestionarlo bien. Veamos a continuación algunos de ellos.

[Artículo Sociedad de la Innovación: 12 sesgos cognitivos que limitan nuestra capacidad de innovación](#)

5 Sesgos cognitivos que pueden ser desactivados por el COVID-19



AVERSIÓN A LA PÉRDIDA

Tendencia a evitar pérdidas monetarias antes que conseguir ganancias monetarias equivalentes.



MOMENTO ACTUAL

Tendencia a priorizar el placer del momento presente por el esfuerzo por un futuro mejor.



DESCUENTO HIPERBÓLICO

Las recompensas futuras tienen menos valor que las instantáneas.



VÍCTIMA IDENTIFICABLE

Tendencia a activarnos cuando conocemos a las personas afectadas por algún evento.



NEGACIÓN DE LA PROBABILIDAD

Tendencia a hacer caso omiso de los riesgos de baja probabilidad.

07

Sobre SDLI

The logo for SDLI is a square with a horizontal gradient from purple on the left to red on the right. The letters 'sdli' are written in white lowercase. The logo is presented as a 3D effect with a black shadow behind it.

sdli



SDLI: agencia de innovación abierta

Transformamos organizaciones a través de la innovación abierta para impulsar su Flow: máxima capacidad de adaptación al cambio.

Método iFlow

En el entorno actual, las organizaciones necesitan hacer frente a una serie de **retos estratégicos que obligan a entender la innovación como un proceso de transformación 360°**.

Con los 4 ejes de cambio del método iFlow, te ayudamos a **impulsar desde hoy la transformación 360, pensando en el largo plazo de tu negocio**.

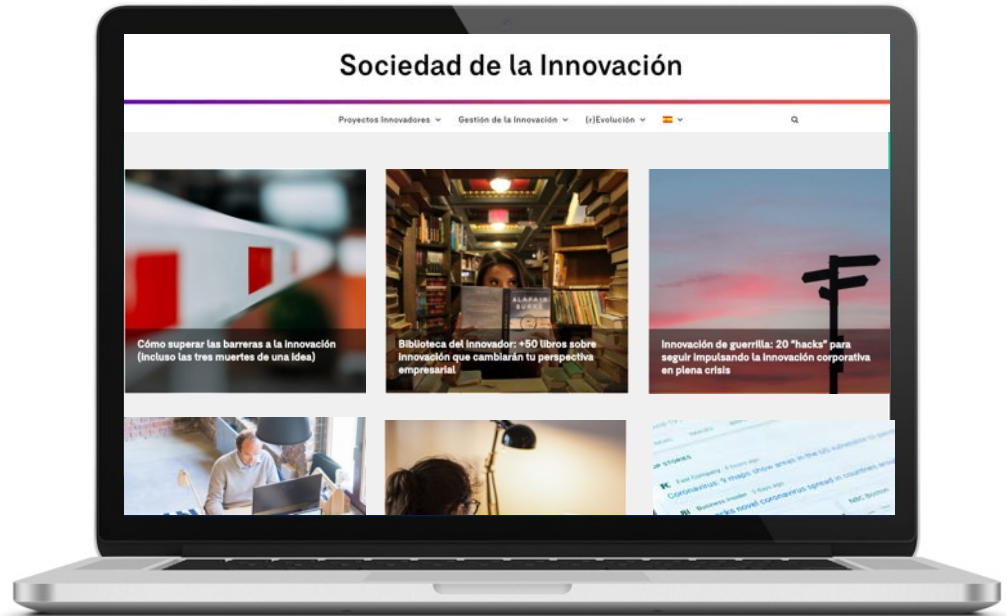
Ven a conocernos: www.sdli.es



Blog SDLI: Compartimos conocimientos para Mindshakers

Si quieres estar al día de estrategias, metodologías y proyectos innovadores y te gusta auto-formarte en innovación, no te pierdas todo el contenido que semanalmente nuestros consultores comparten contigo en nuestro blog www.sociedaddelainnovacion.es

Suscríbete a la Newsletter junto con otros más de 2000 mindshakers y, ¡no te pierdas ni un solo post!



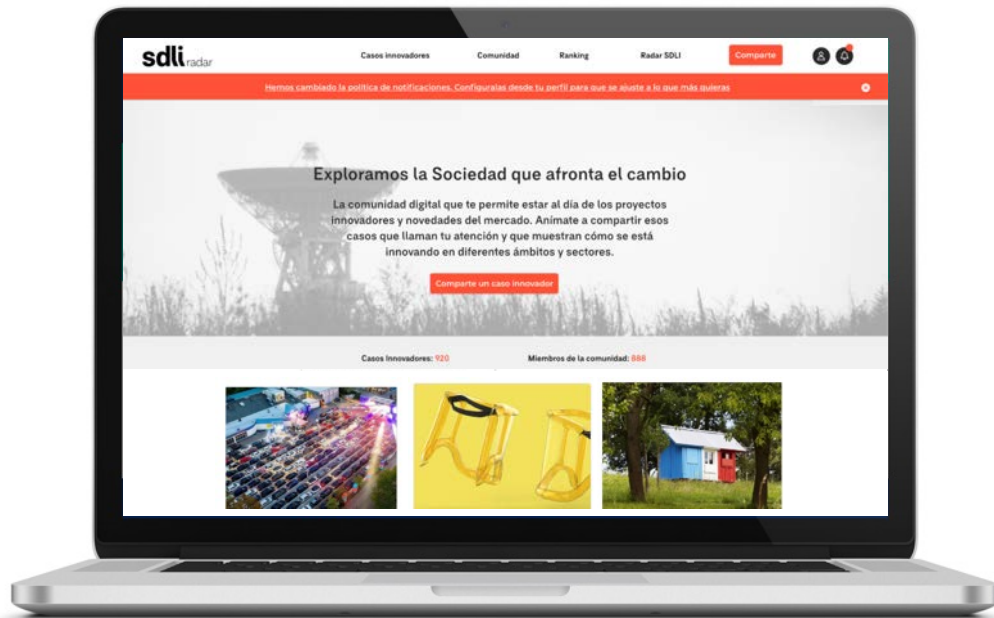
Radar SDLI: Cientos de ejemplos de casos innovadores

Si te gustaron los ejemplos de este informe, te invitamos a entrar a www.radarsdli.es

Allí encontrarás cientos de casos innovadores asociadas a las tendencias que impactan a todos los sectores.

Nuestra comunidad del Radar SDLI crece cada día, con más de 1000 miembros y más de 950 proyectos de innovación de todos los sectores.

¡Únete para estar al día de lo que ocurre fuera de tus cuatro paredes!



En nuestros 8 años de experiencia han confiado en nosotros



¿Quieres profundizar en cómo impactará este escenario en tu sector?

¡Ponte en contacto con nosotros!

Viviana.forero@sdli.es

Consultora de innovación y analista de tendencias.

Ignasi.clos@sdli.es

Socio Fundador. Director de Estrategia y Comunicación.

joan.ras@sdli.es

Socio Fundador. CEO.



sdli

Referencias consultadas

- **AECOC:** <https://www.aecoc.es/servicios/estudios/shopperview-perfil-comprador/shopperview/?subPostType=8#publication-tabs>
- **Blog SDLI:** <https://www.sociedaddelainnovacion.es/>
- **Distrito oficina:** <https://www.distritooficina.com/entrevistas/miquel-angel-julia-oficina-tradicional/>
- **El País:** <https://elpais.com/especiales/2020/coronavirus-covid-19/predicciones/hacia-ciudades-de-15-minutos/>
- **Forbes:** <https://www.forbes.com.mx/riesgos-de-la-ciberseguridad-prioridad-global/>
- **La Vanguardia:** <https://www.lavanguardia.com/cultura/20200316/474180133280/conversaciones-pandemia-nuccio-ordine-coronavirus.html>
- **La Vanguardia:** <https://www.lavanguardia.com/cultura/culturas/20200411/48386825438/epidemias-pandemias-gripe-espanola-pestes-negra.html>
- **La Vanguardia:** https://www.lavanguardia.com/cultura/culturas/20200516/481150859185/jose-antonio-marina-ariel-anagrama.html?utm_term=botones_sociales&utm_source=whatsapp&utm_medium=social
- **Lit Hub:** <https://lithub.com/noam-chomsky-a-green-new-deal-can-create-jobs-and-livelihoods/>
- **Medium:** <https://medium.com/@lov2scrap.laura/exponential-organizations-leveraged-assets-47c58f845d0d>
- **Radar SDLI:** <https://www.sociedaddelainnovacion.es/radar-sdli/>
- **Real Instituto El Cano:** http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/content/!ut/p/a1/04_Sj9CPykssy0xPLMnMz0vMAfGjzOKNQ1zcA73dDQ38_YKNDRwtfN1cnf2cDfIDjfULsh0VAepxmvs!/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/Elcano_es/Zonas_es/EGSMadrid-Montobbio-gobernanza-governance-european-global-strategy
- **The New Yorker:** <https://www.newyorker.com/tech/annals-of-technology/the-collective-intelligence-of-the-web>

Referencias consultadas

- **Trendwatching Premium Service.** (2020). *2020 Trend Report*.
- **Trendwatching.** (2019) *5 trends for 2020*. Recuperado de: <https://trendwatching.com/quarterly/2019-11/5-trends-2020/>
- **World Economic Forum:** <https://www.weforum.org/agenda/2020/05/coronavirus-change-cities-infrastructure/>
- **Wunderman Thompson Intelligence.** (2019) *The Future 100*. Recuperado de: <https://intelligence.wundermanthompson.com/trend-reports/the-future-100-2019/>
- **Wunderman Thompson Intelligence.** (2020) *The Future 100*. Recuperado de: [\(https://intelligence.wundermanthompson.com/trend-reports/the-future-100-2020/](https://intelligence.wundermanthompson.com/trend-reports/the-future-100-2020/)
- **Zorraquino.** (2019) Consumer trends for 2020. Recuperado de: <https://www.zorraquino.com/informes/tendencias-consumo-2020.html?origen=home>
- **Zorraquino.** (2020) Crisis trends. Estrategias empresariales frente al COVID-19. Recuperado de: <https://www.zorraquino.com/informes/tendencias-crisis-covid.html?origen=home>