INFORME DE ESTRATEGIA

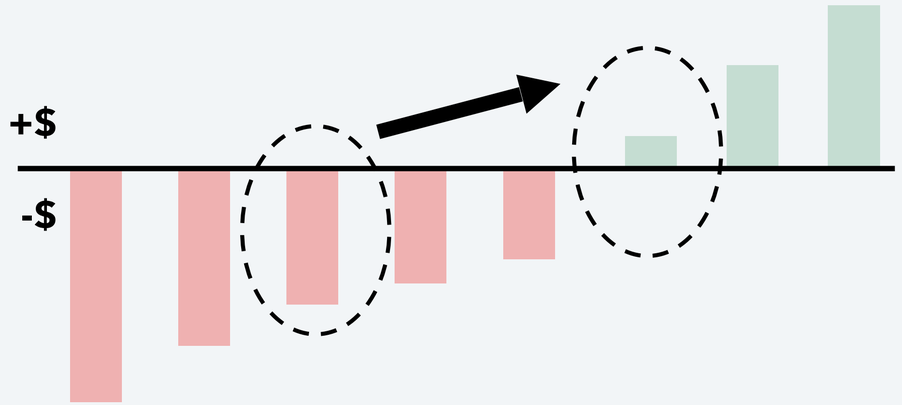
Los ganadores de la Economía de Bajo Contacto

Cómo se pueden recuperar las empresas y crecer en la nueva realidad

boardofinnovation.com
lowtoucheconomy.com

Agradecemos a: Emilia Torres, Sofia Rocca
Karla Escobeda Diaz Por su apoyo con la traducción.

¿Cómo puedo unirme a los ganadores de la Economía de Bajo Contacto?



Sólo el 15% de las empresas están ganando en la economía actual

Esta es la pregunta principal que nos plantearemos en este nuevo y actualizado informe. Esperamos que encuentren valiosas las respuestas que les daremos. Si tiene alguna pregunta o comentario, siéntase libre de contactarnos a través de los siguientes contactos.

Phil y Nick

Philippe De Ridder
CEO | Cofundador | Autor | Conferencista
philippe@boardofinnovation.com
Conectar en LinkedIn

Nick De Mey
Insights lead | Cofundador | Conferencista
nick@boardofinnovation.com
Conectar en LinkedIn

board of innovation

Exploración del futuro

Estrategia de crecimiento

Identificación de oportunidades

Estrategia de lanzamiento al mercado

Empresario residente

Diseño corporativo

Board of Innovation es una **empresa de diseño de estrategias y negocios**. Nos asociamos con las organizaciones más grandes del mundo para resolver sus mayores desafíos a través de la innovación significativa y enfocada en el impacto.

Orgullosamente independiente por +10 años
Nueva York - Ámsterdam - Amberes - Singapur

Aprende más:
www.boardofinnovation.com/client-cases/

Capitulos

1. **Qué es la economía de bajo contacto?**
   - Estado de una nueva normalidad
2. **Adaptando la estrategia de tu negocio**
   - Impacto y estrategia de tu marco de referencia
3. **Oportunidades a corto plazo para crecer**
   - Soluciones pioneras en el cambio
4. **Oportunidades en el largo plazo: nuevos espacios en blanco**
   - Explora pivotes de modelos de negocios

Mirando el estado actual

Mirando al futuro

Capitulos

1. **Qué es la economía de bajo contacto?**
   - Estado de una nueva normalidad
2. **Adaptando la estrategia de tu negocio**
   - Impacto y estrategia de tu marco de referencia
3. **Oportunidades a corto plazo para crecer**
   - Soluciones pioneras en el cambio
4. **Oportunidades en el largo plazo: nuevos espacios en blanco**
   - Explora pivotes de modelos de negocios

Mirando el estado actual

Mirando al futuro

latest updates: lowtoucheconomy.com

Bienvenido a la Economía de Bajo Contacto

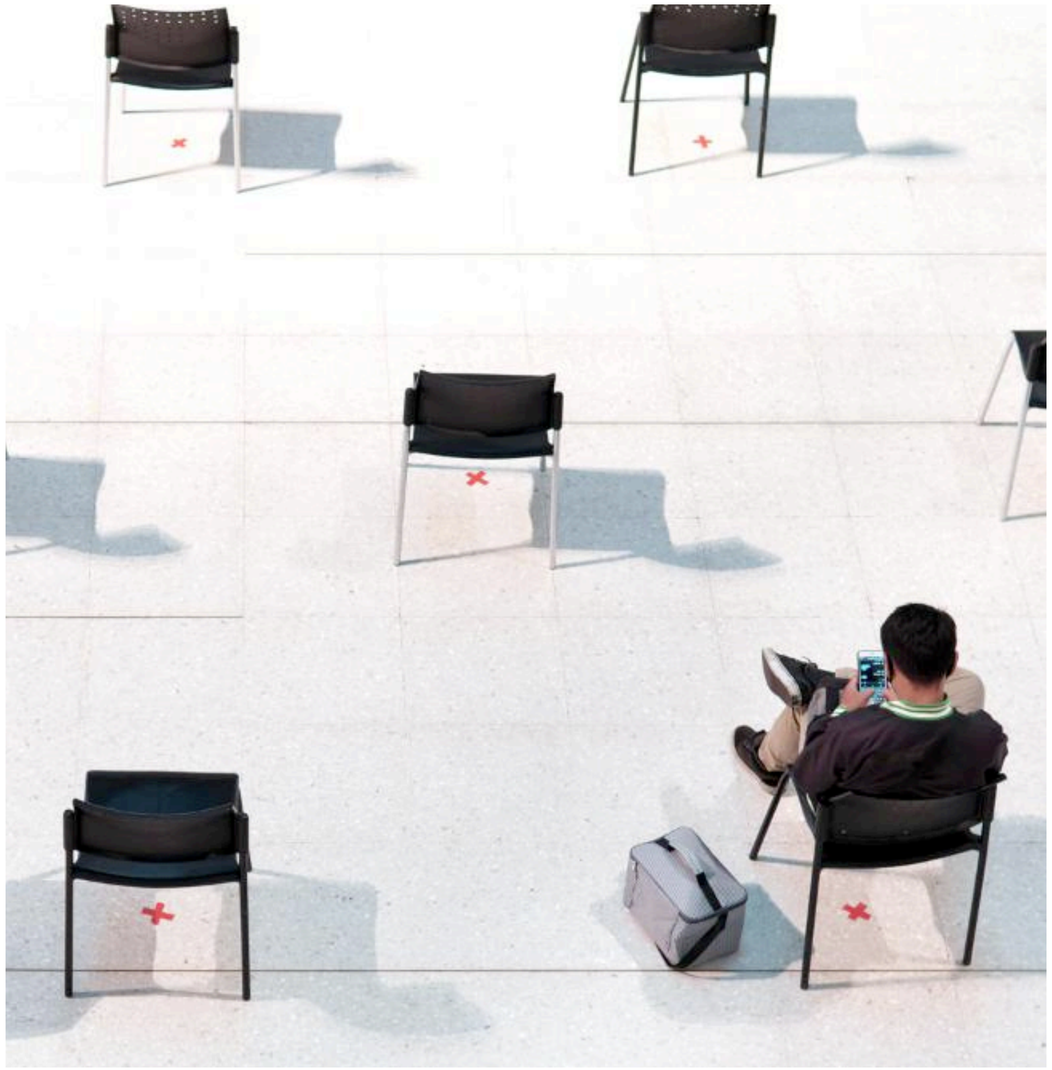
La Economía de Bajo Contacto es **el nuevo estado de nuestra sociedad y economía**, permanentemente alterado por Covid-19. Se caracteriza por las interacciones de *bajo contacto*, medidas de salud y seguridad, nuevos comportamientos humanos y cambios permanentes en la industria.

La Economía del Bajo Contacto está aquí para quedarse. Ofrece nuevas oportunidades para que los innovadores hagan movidas audaces - ahora.

El primer informe del Board of Innovation sobre el mundo post-pandémico ha sido leído **+100.000 veces.**

La Economía de Bajo Contacto ha sido presentada en:

Bloomberg \sifted/ backed by FT FINANCIAL TIMES THE STRAITS TIMES BUSINESS INSIDER



últimas actualizaciones: lowtoucheconomy.com

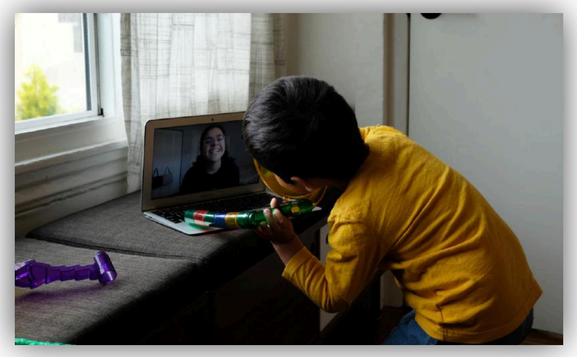
La Economía de Bajo Contacto toca cada parte de nuestras vidas

Contexto profesional

Rediseño de los pisos de las fábricas para mantener a los trabajadores seguros.

Robots que sustituyen las interacciones humanas de alto riesgo en empresas de servicios.

Contexto familiar



Las niñeras de Zoom ayudan a los padres en casa mientras hacen las tareas o trabajo.

Visitando a miembros vulnerables de la familia detrás de una ventana.

Contexto social

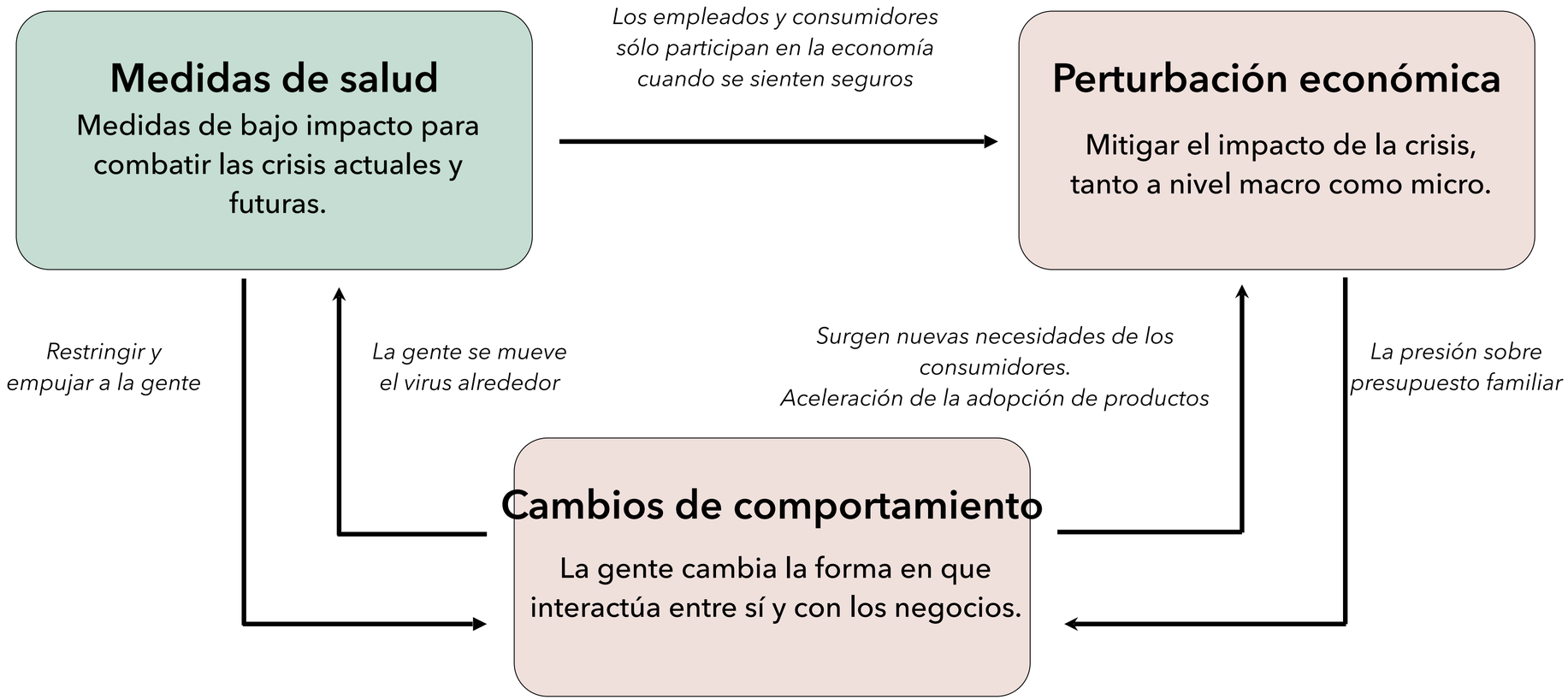
Esfuerzos por hace las cenas seguras y agradables al mismo tiempo.

Conciertos virtuales que intentan reemplazar los eventos fuera de línea.

últimas actualizaciones: lowtoucheconomy.com

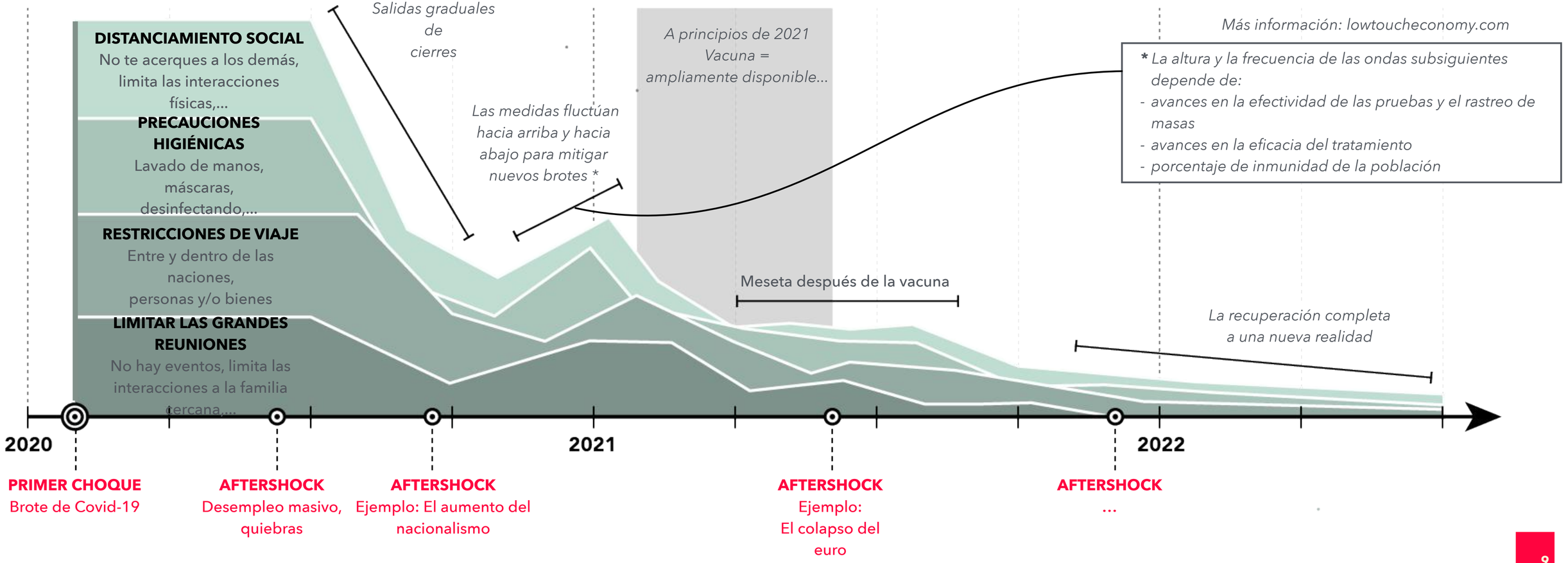
El ciclo de retroalimentación de la Economía de Bajo Contacto

Una serie de medidas de salud para el control de la pandemia conducen a cambios de comportamiento y a trastornos económicos, creando un sistema bastante impredecible. Cuanto más tiempo se mantengan las medidas de salud, más fundamentales serán los cambios de comportamiento y los trastornos económicos.



La mayoría de los expertos están de acuerdo en que tendremos una larga, lenta y difícil recuperación

Características de primer orden de Bajo Contacto (manejar la crisis de salud)
Características de segundo orden de Bajo Contacto (gestionar la crisis económica)



últimas actualizaciones: lowtoucheconomy.com

La Economía de Bajo Contacto definirá nuestras vidas durante 1-2 años por lo menos

Las empresas exitosas en esta era serán aquellas que adapten sus modelos de negocio para trabajar con las diferentes medidas sanitarias y otros desafíos que presenta el Covid-19.

La reducción de las interacciones físicas entre los empleados y los consumidores es una de las limitaciones más notables de la economía de la empresa, por lo que hemos acuñado el término "Economía de Bajo Contacto".

Si bien esto se refiere principalmente al distanciamiento físico y a las medidas de higiene conexas, la Economía de Bajo Contacto también incorpora limitaciones como la prohibición de viajar, las limitaciones a las grandes reuniones, el aislamiento de los grupos vulnerables y otras.

La era de la Economía de Bajo Contacto traerá mucha inestabilidad. Las organizaciones deben adaptarse rápidamente.

Diseño de un negocio de bajo impacto

Basado en las **interacciones de bajo contacto** entre clientes y empleados

+

Capaz de operar con restricciones: **prohibiciones de viaje y nuevas medidas de higiene**

+

Limita el acceso a los grupos vulnerables y no implica grandes reuniones

+

Flexible para navegar por **múltiples réplicas** en la economía mundial

+

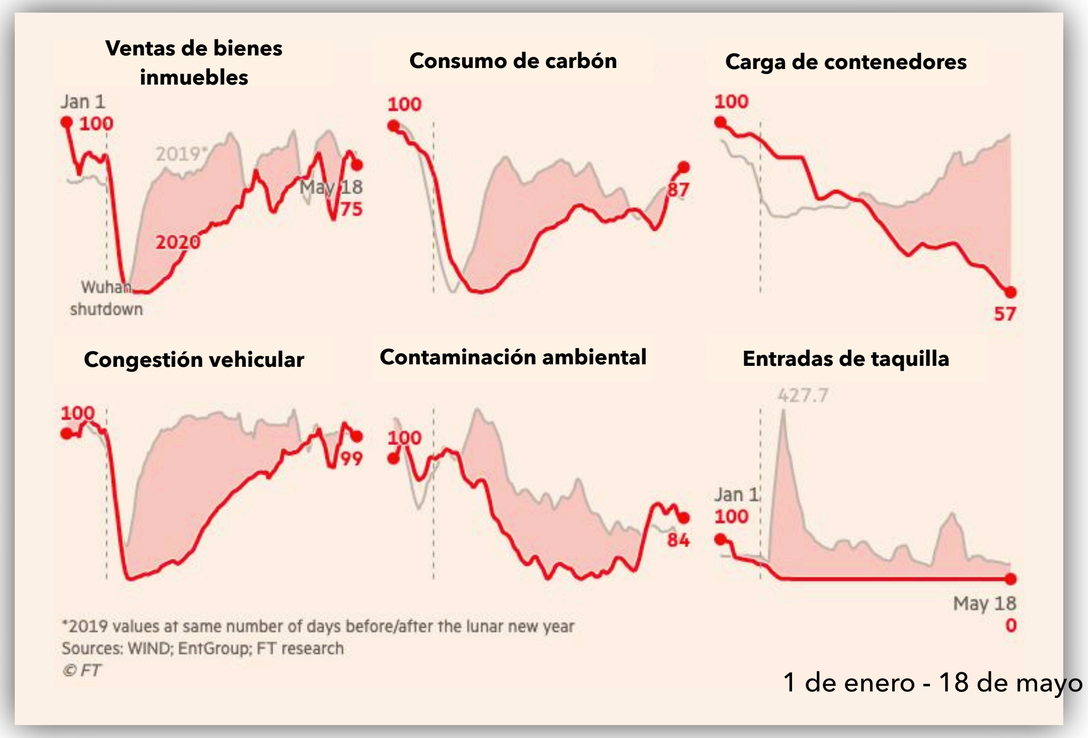
Pero capaz de crear un alto **impacto a** través de nuevas innovaciones y mejores **modelos de negocio**

¿Qué podemos aprender de las regiones ya tuvieron el (primer) pico de la crisis de la salud?

Aprendizajes y perspectivas

¿La recuperación de China?

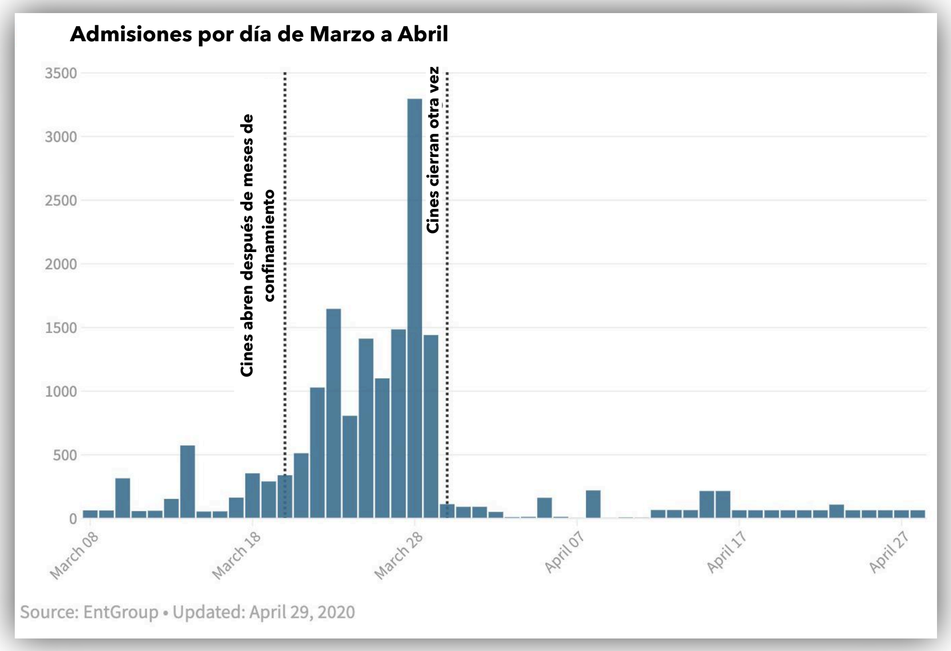
1 de enero - 18 de mayo



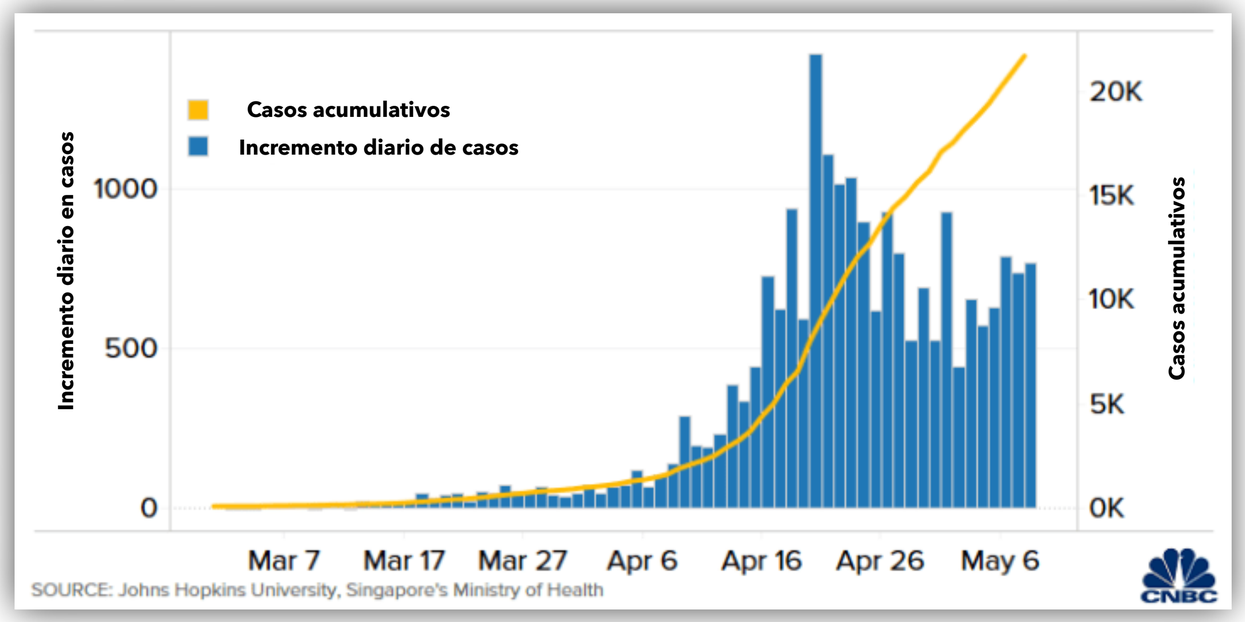
1 de enero - 18 de mayo

Muchos indicadores económicos apuntan a una recuperación razonable, pero aún no se percibe una recuperación total en el caso de China. La congestión del tráfico y la contaminación han vuelto casi a la normalidad. Pero otras partes de la vida cotidiana todavía están completamente interrumpidas.

Un proceso de prueba y error



China abrió los teatros de nuevo, pero rápidamente revirtió esta decisión por temor a una segunda ola.



Durante meses, Singapur tuvo la propagación del virus bajo control sin aplicar medidas estrictas. Luego, a finales de abril, introdujo también un confinamiento.

La sociedad se está reiniciando, pero no todo se siente normal.

Hong Kong, 1 de mayo - El país trató de reanudar la vida cotidiana como algo normal. Gradualmente, las tiendas y los teatros comenzaron a reabrir.

Hong Kong, 8 de mayo - Después de 19 días de 0 infecciones locales, los bares/restaurantes comenzaron a atraer multitudes de nuevo. Mesas/restaurantes de hasta 8 personas fueron nuevamente permitidos. Los clubes nocturnos/bares de karaoke permanecieron cerrados.

La sociedad se está reiniciando, pero no todo se siente normal.

China, abril - Las escuelas se reabrieron gradualmente con estrictas directrices.

Corea del Sur, 5 de mayo - Las ligas deportivas reanudaron los juegos - sin espectadores. Esperan permitir que los espectadores y las reuniones más grandes vuelvan pronto.

Corea del Sur, 6 de mayo - Varios parques de diversiones fueron reabiertos con medidas de distanciamiento físico. Los controles de temperatura previos a la entrada eran comunes.

Fuentes: @rameshlaus

Hay que entender el contexto local completo

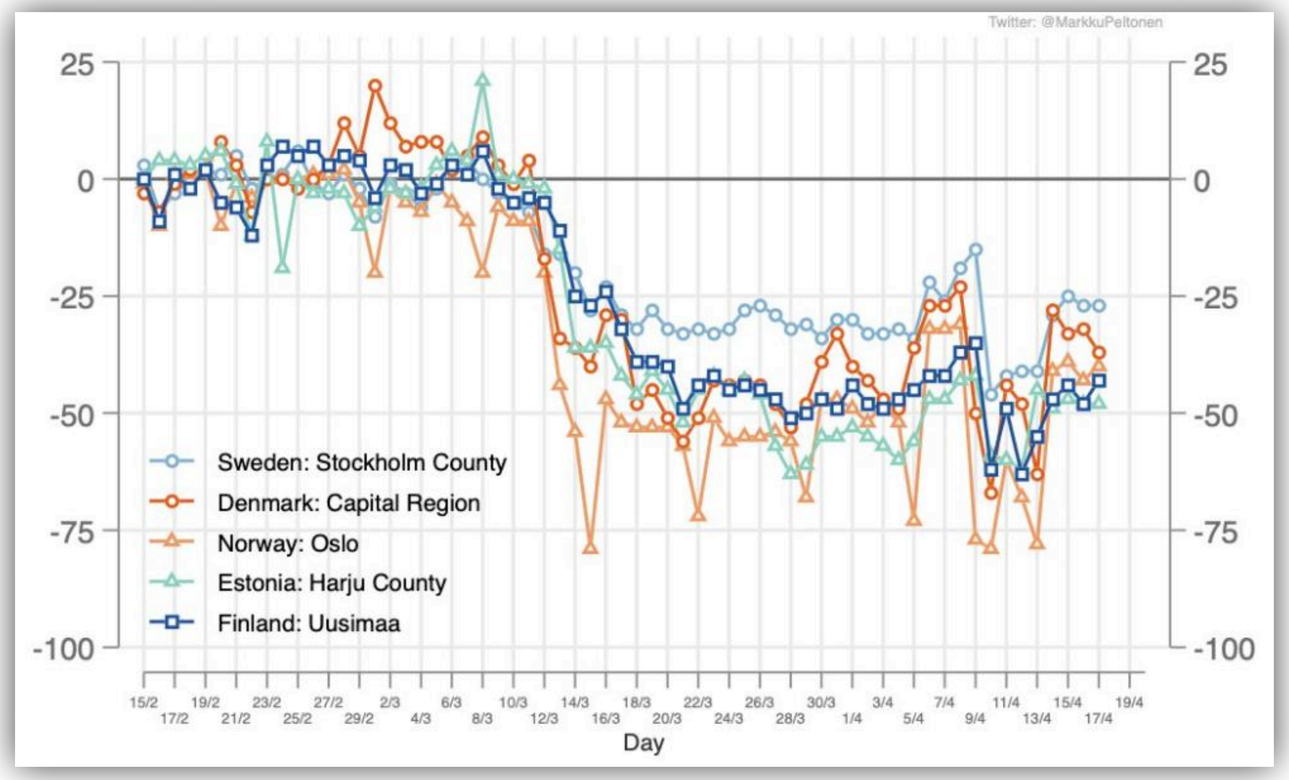
EJEMPLO: SUECIA

No permite:
- Reuniones de +50 personas
- Visitar los hogares de ancianos
- Contacto cercano (hay restricciones de distancia física en los restaurantes)
- Personas para entrar en el país (existen restricciones para los viajes internacionales)

Pide a la gente que se:
- Quede en casa cuando aparezca cualquier síntoma
- Evite las actividades sociales
- Posponga las visitas a los ancianos
- Manténga la distancia de los demás
- Siga las pautas de higiene

Como resultado:
- No hay exámenes escolares
- Teatros/conciertos cerrados
- Eventos deportivos cancelados
- La mayoría de los vuelos cancelados
- 70% menos de peatones
- Reducción del 50% en el uso del transporte público

Según las cifras de Google Mobility, Suecia ha ~~visto un~~ descenso significativo **en las salidas para el comercio y la recreación.**



Fuentes: https://www.krisinformation.se/, @pesta, @markkupeltonen

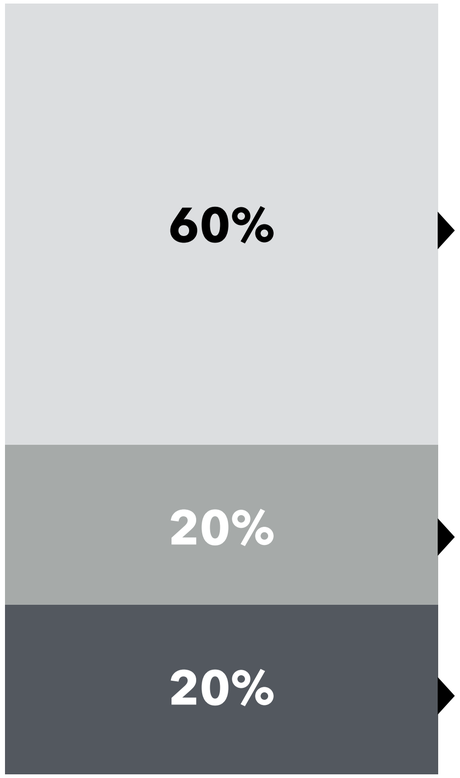
Muchas cosas se sentirán normales de nuevo

A partir de estos ejemplos, parece que una vez que se haya eliminado con éxito el Covid-19, las empresas, la demanda de los consumidores y las actividades sociales volverán rápidamente a la normalidad (con restricciones sanitarias). La gente pronto se acostumbrará a los chequeos de salud, las máscaras y los lugares de trabajo reorganizados. No será lo mismo que antes, pero pronto se *sentirá* normal.

Aun así, **ciertas industrias tardarán mucho tiempo en recuperarse.** Por ejemplo, las prohibiciones de viajes y las limitaciones a las grandes reuniones afectarán a las industrias del turismo y de los eventos en los años venideros.

Cuando los políticos (por cualquier razón) decidan no aplicar fuertes restricciones, el virus seguirá propagándose en esa sociedad. Esto aumentará la duración de la inestabilidad económica en esas regiones. A menos que los consumidores decidan aceptar la enfermedad y la muerte como subproductos aceptables de sus interacciones, es poco probable que la economía en esos entornos se recupere plenamente.

Cómo percibiremos las cosas



Volver a la normalidad
Atascos de tráfico, los niños vuelven a la escuela, fiestas familiares, visitas al dentista, etc.

Cosas nuevas que rápidamente se sienten normales
Faltan muchas tiendas y restaurantes, se entregan los alimentos, hay títulos universitarios digitales, etc.

Cosas nuevas que no se sentirán normales
Puertas de seguridad/controles de salud, procedimientos judiciales vía Zoom, uso de máscaras bucales, etc.

Nuestra suposición para la mayoría de las industrias: Curva en U

SEVERIDAD Y DURACIÓN DE IMPACTO ECONÓMICO
Previsión del PIB / Evolución de la pandemia / Política económica

Impacto de 0,5 años
Rebote de la curva *V:* Control efectivo de la pandemia y estímulo económico

Impacto de 1,5 años
Recuperación de la curva en *U:* Las medidas de distanciamiento social se prolongan, el estímulo económico alivia el daño

Impacto de 3 años
Recuperación de la curva en *L:* Fallo en el control de la pandemia, quiebras generalizadas e impagos de créditos

Se espera que las regiones con políticas más estrictas se recuperen más pronto.

En un mundo ideal, eliminaríamos rápidamente a Covid-19 haciendo que **todos** los ciudadanos se quedaran en casa durante 2-3 semanas. La gente enferma dejaría de propagar el virus, y simplemente se extinguiría.

Sin embargo, partes de nuestra sociedad y economía no pueden quedarse en casa, por lo que ese escenario no es realista - sólo existe en los modelos matemáticos. Con o sin encierro, todavía necesitamos comida, sanidad y cuidado de la salud. Entonces, ¿cómo podemos minimizar la propagación mientras mantenemos estas industrias en movimiento? La respuesta es con políticas más estrictas.

En lugar de mantener a todo el mundo dentro, algunos gobiernos están aplicando cuarentenas para los presuntos casos de coronavirus y sus contactos. Para garantizar el cumplimiento, varias regiones (principalmente de Asia) han utilizado herramientas de vigilancia y seguimiento de invasiones en combinación con fuertes multas a los infractores de las normas. Esas políticas estrictas, junto con la exigencia de mascarillas bucales (y otras), parecen ser muy eficaces para aplastar y controlar la pandemia. Así pues, es probable que esas economías se recuperen más rápidamente.

Las mismas políticas estrictas no parecen obtener apoyo en grandes partes de Europa y América, lo que significa que les llevará más tiempo recuperarse.

Los primeros días de la Economía de Bajo Contacto

Primeros signos y ejemplos de la industria

Economía emergente de bajo contacto: Turismo

Turquía: Çeşme región

- Medida piloto de turismo: programa de certificación libre de coronavirus
- Los hoteles tienen una tasa de ocupación máxima del 60% para evitar los espacios llenos de gente
- Las habitaciones del hotel permanecerán vacías durante 12 horas entre los visitantes
- Áreas de cuarentena dedicadas para aislar rápidamente a los nuevos pacientes

Emirates Airlines

- Pruebas rápidas de Covid-19 para pasajeros en colaboración con la Autoridad Sanitaria de Dubái
- Rediseño de alimentos y envases a bordo para reducir el contacto durante el servicio de comidas

Zonas de seguridad internacional

- Las naciones colaboran para permitir los viajes sin cuarentena, por ejemplo, Nueva Zelandia y Australia exploran una alianza de viajes, Austria considera la posibilidad de permitir los viajes gratuitos desde Alemania

Hong Kong: cabinas para desinfectar al personal de las aerolíneas al entrar en los aeropuertos

Diseño conceptual de Avio Interiors para hacer los viajes aéreos más seguros

Hong Kong: los viajeros llevan un brazalete electrónico para controlar la cuarentena domiciliaria de 2 semanas

Economía emergente de bajo contacto: Movilidad

Transporte público vs. transporte individual

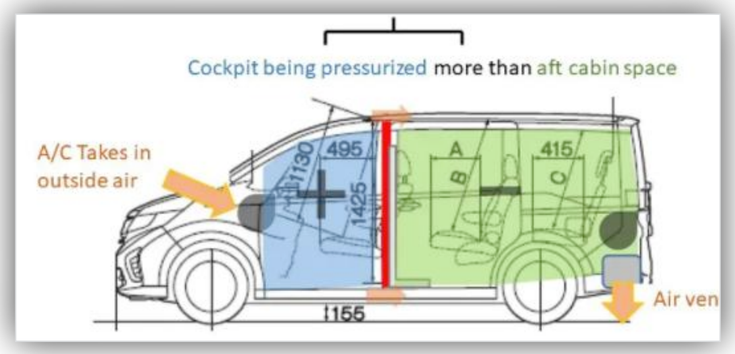
- Se evitó en la medida de lo posible el transporte público atestado
- En ciertas regiones reabiertas, los scooters son más populares para recorrer distancias
- El uso del coche personal se recupera rápidamente

Compartir el coche: Lyft, Uber, etc.

- Debido a la caída de la demanda, Uber & Lyft tuvo que despedir a 3700 y 982 personas respectivamente (14% y 17% de su fuerza de trabajo)
- Se pedirá a los pasajeros y conductores que lleven máscaras

Vehículos autónomos

- Los conductores humanos son costosos y un peligro potencial para la seguridad de los pasajeros. Se acelerará el despliegue de lanzaderas autónomas o vehículos de reparto (por ejemplo, en Florida Beep Shuttles fue utilizado para las pruebas de reparto a la Clínica Mayo)



Honda modificado con un compartimiento de aire presurizado para mantener al conductor a salvo.

Coches de alquiler con nuevas normas de limpieza y etiquetas de seguridad.

Milán y muchas otras ciudades están añadiendo carriles bici "temporales". Muchos rediseños de la ciudad se convertirán en permanentes.

Ejemplos notables de Bajo Contacto en otras industrias

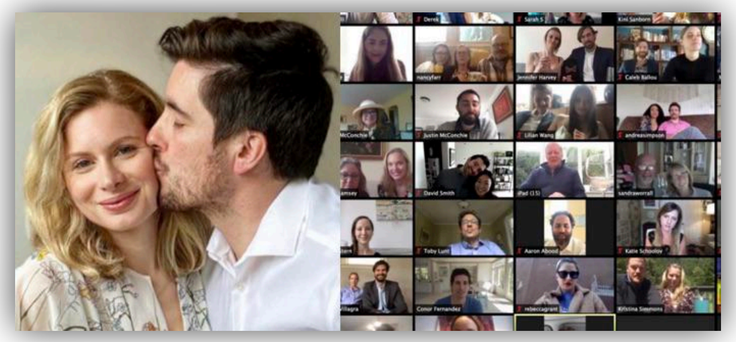
Singapur envía patrullas robot SPOT a los parques públicos para vigilar y fomentar el distanciamiento físico.

Los visitantes de la ópera en Taiwán necesitan mantener 3 asientos vacíos entre ellos. Muchos cines están experimentando con los autocines.

Numerosos restaurantes tratan de encontrar el equilibrio adecuado entre seguridad, comodidad y confort.

Las peluquerías y otros trabajos de servicio de contacto cercano están contratando equipos profesionales para desinfectar el material entre turnos.

VRT, la emisora nacional belga, experimenta con brazaletes de detección a distancia para proteger a los actores durante la grabación de los espectáculos.



Casarse con 100 invitados llamando a través de Zoom podría no ser para todos.

Pero no espere que esto se convierta pronto en la corriente principal

BIOVYZR por VYZR Tech

PlexEat de Gernigon Studio

Protector facial de gafas de sol de Joe Doucet

Knuffelscherm de STAS & FARO

Esta crisis ha desbloqueado mucha creatividad en la gente. Muchos ingenieros, arquitectos y diseñadores han estado desarrollando nuevos conceptos para la Economía del Tacto Bajo. Pero no todos los conceptos serán adoptados ampliamente.

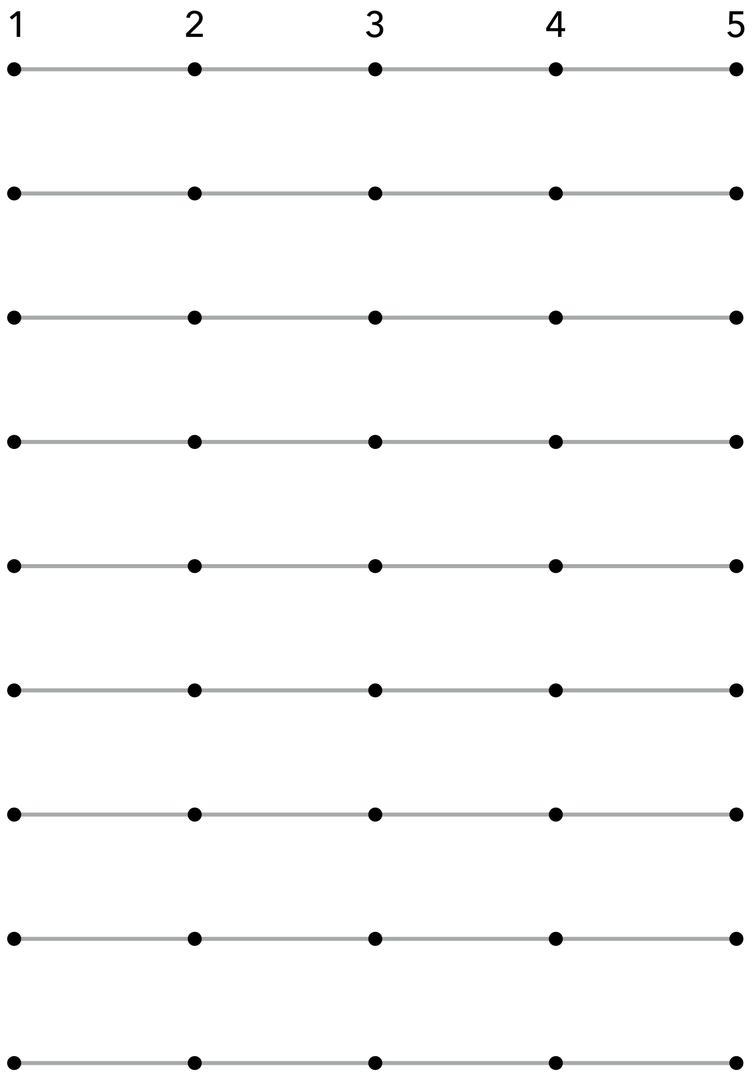
Si ves innovaciones notables, no dudes en enviarlas. Siempre estamos buscando mejores ejemplos.

¿Está preparado para la Economía de Bajo Contacto?

CHECKLIST 1

Evalúe su nivel de preparación para la Economía de Bajo Contacto

Interacciones de empleados	¿Es necesario el contacto físico entre los empleados y/o clientes para llevar a cabo los negocios?
Interacciones con clientes	¿Los clientes y/o empleados necesitan compartir el mismo equipo u objetos?
Locaciones físicas	Los clientes o empleados comparten los mismos espacios interiores
Reuniones de empleados	Los empleados trabajan en grupos estrechamente unidos
Reuniones con clientes	Los clientes tienen que estar en grupos para disfrutar de su producto o servicio
Grupos vulnerables	Sus empleados o clientes son (en parte) grupos vulnerables como los adultos mayores, ...
Viajes	El cliente o los empleados necesitan viajar (local vs. internacional)
La cadena de suministro	Su modelo de negocio depende de la cadena de suministro local o internacional
Demanda	La volatilidad de la demanda de su modelo de negocio está estrechamente relacionada con la crisis sanitaria



Resultados: Las puntuaciones más bajas son mejores

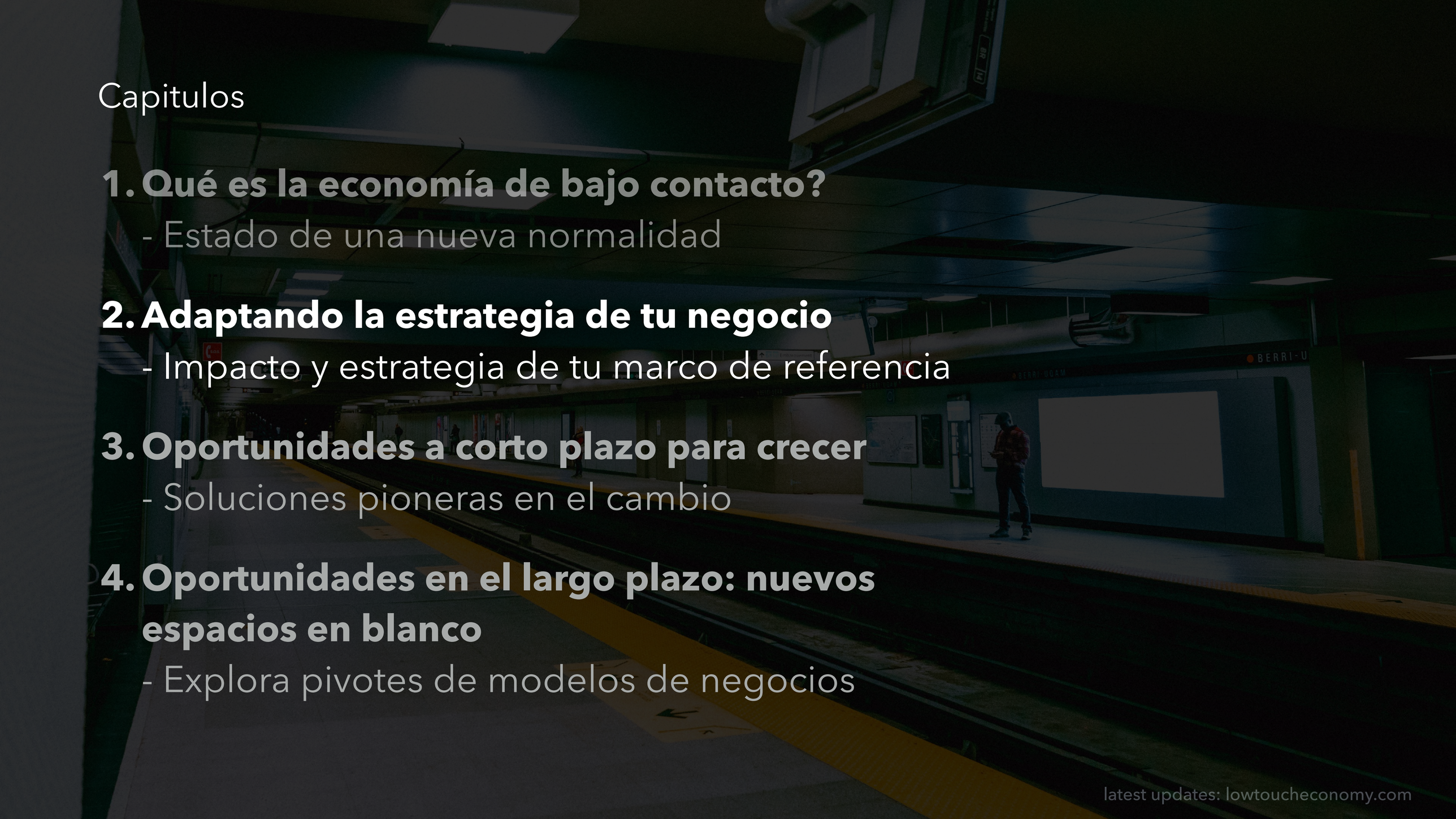
1 = no se aplica a su situación
5 = se aplica a su situación

- ¿Anotación 1 o 2 en todas las secciones? Debería ser capaz de adaptar su organización con pequeños correcciones a la Economía de Bajo Contacto
- **Cualquier puntuación 3, 4 o 5 necesita ser confrontada. Esto podría reflejar un obstáculo significativo para crecer en la Economía del bajo contacto**
- **¿Una puntuación total superior a 25? Tendrá que rediseñar gran parte de su modelo de negocio** y/o modelo operativo para desempeñar cualquier papel en la Economía de Bajo Contacto.
- **Cuanto más alto sea el puntaje, más ágil debe ser su organización. Debe prepararse para posibles réplicas en el mercado.**

CHECKLIST 1

¿Cómo puede rediseñar su organización?

	General	Unidades de cara al cliente	Almacenes y distribución	Oficinas	Fabricación
Interacción externa	• Limitar las interacciones con terceros • Cambiar los formatos de interacción • Proyectar los colaboradores externos	• Desarrollar y expandir nuevos modelos (de negocios) para los puntos de contacto e interacciones con los clientes	• Las entregas se harán fuera del almacén sin ninguna interacción.	• Consolidar las entradas y salidas para controlar el tráfico • Proporcionar almuerzos con catering • Registro y selección de invitados externos	• Los contratistas sólo cuando son esenciales • Auto-evaluación antes de que los visitantes se presenten en el lugar.
Personal	• Fuerza de trabajo distribuida • Identificar los trabajos que podrían realizarse a distancia a tiempo completo • Nuevas rutinas de trabajo con escalonamiento en el lugar de trabajo/WFH	• Reducir el horario de las tiendas o los lugares cercanos • Aumentar el horario de la tienda pero repartir la asistencia con cita previa	• Reprogramar los entrenamientos a grupos en línea, remotos o pequeños. • Aumentar la contratación para aumentar las bajas por enfermedad y la demanda	• Continuar con el trabajo a distancia • Limitar el trabajo de oficina "agrupando" a los empleados en función del número de identificación o de los equipos de proyecto.	• Cambios escalonados • La brecha entre los turnos
Beneficios de RRHH	• Compensación adaptada al riesgo • Bonos o beneficios dedicados • Adaptación del salario	• Bonificaciones para el personal que trabaja en períodos o empleos de alto riesgo • Listas de control de salud	• Prepago de las primas • Cuarentena con licencia paga y exámenes de temperatura o de anticuerpos.	n.a.	• Aumento de las bajas por enfermedad cuando hay dudas • Bono adicional de producción por hora
Seguridad personal	• Nuevos protocolos para responder a los casos positivos • Perfil de riesgo de los empleados • Políticas de cuarentena • Directrices del PPE	• PPE proporcionado • Limitar el número de personas en el lugar, eventualmente reemplazarlo por la automatización (auto-registro, máquinas expendedoras...)	• No hay reuniones de pie - reemplazado por señalización y nuevos formularios de comunicación personal	• PPE • Control de temperatura a la entrada y a la salida • Aumentar las estaciones de lavado de manos y desinfección	• La exploración avanzada y el seguimiento de los contactos de los empleados • Establecer un equipo de respuesta en caso de detección positiva
Espacio físico de trabajo	• Reducir el riesgo de propagación del virus • Nueva configuración espacial • Limitar las interacciones • Protocolos de limpieza	• Instalación de pantallas protectoras y estaciones de desinfección • Aumentar los intervalos de limpieza en áreas específicas de alto contacto	• No más evaluaciones posteriores al turno, • Escalonamiento de los turnos • Aumento de la señalización • Reconfigurar las salas de descanso para el aislamiento	• Instalar pantallas protectoras y reconfigurar la distancia entre los escritorios • Eliminar el plan de piso abierto • Pasarelas de un solo sentido • Mejora de la filtración del aire	• Modificación de las áreas de trabajo • Aerosol desinfectante diario después de las horas de cierre • Los tiempos de descanso escalonados y los comedores de distanciamiento social
Políticas de viaje	• Limitar el transporte público • Reglas de viaje estrictas • Nuevos comportamientos de viaje como las máscaras bucales y la exploración	n.a.	n.a.	• Viajes internacionales sólo por excepción • Sólo los viajes nacionales críticos con mayores medidas de aprobación	• No hay viajes de negocios no esenciales



Capitulos

1. **Qué es la economía de bajo contacto?**
   - Estado de una nueva normalidad

2. **Adaptando la estrategia de tu negocio**
   - Impacto y estrategia de tu marco de referencia

3. **Oportunidades a corto plazo para crecer**
   - Soluciones pioneras en el cambio

4. **Oportunidades en el largo plazo: nuevos espacios en blanco**
   - Explora pivotes de modelos de negocios

Algunos negocios son lentos para aceptar la realidad.

Las fechas de lanzamiento de los éxitos de taquilla se están retrasando con sólo unas semanas de antelación. El *Tenet de* Christopher Nolan, por ejemplo, se fija obstinadamente para el 17 de julio. Claramente, los estudios siguen apostando a que las salas se reabrirán pronto.

Las líneas de cruceros se apresuran a empezar a vender boletos de nuevo, aunque es muy poco probable que las naciones extranjeras estén dispuestas a aceptar un barco infectado en sus puertos.

Las aerolíneas están trabajando para eliminar la programación restringida; muchas están planeando (esperando) reiniciar las operaciones a principios del verano ya.

Mientras que otros hacen de Bajo Contacto su plan a largo plazo.

Algunas empresas están empezando a trabajar con escenarios que no prevén una recuperación a corto plazo. Por ejemplo, Twitter anunció que todos los empleados pueden trabajar desde casa, para siempre.

Facebook cancela la reunión de Oculus Connect y todos los otros grandes eventos hasta el 2021.

Oculus will hold a virtual conference instead

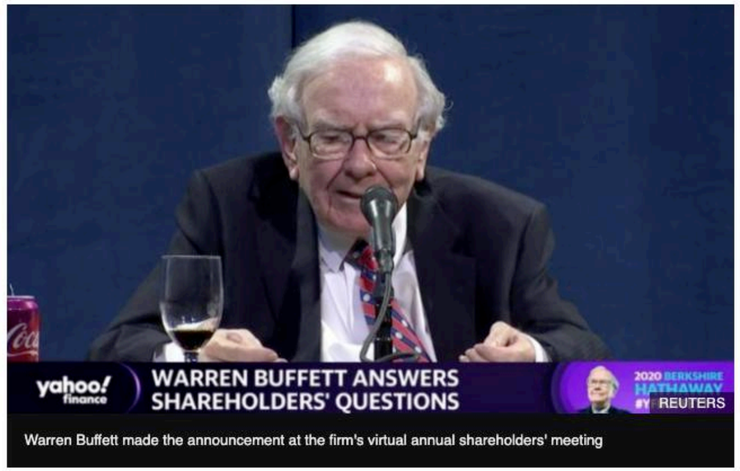
By Adi Robertson | @thedextriarchy | Apr 16, 2020, 2:32pm EDT

SHARE

Photo by Nick Statt / The Verge

La compañía de Warren Buffet, Berkshire Hathaway, vende acciones de la líneas aéreas de EE.UU.

Coronavirus pandemic



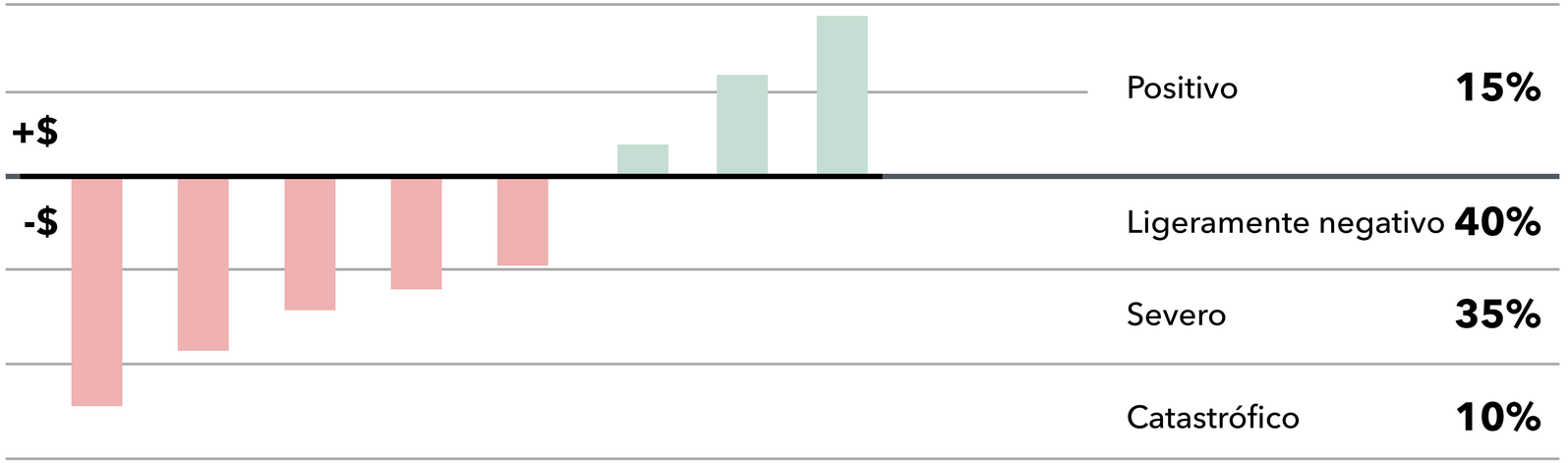
Billionaire investor Warren Buffett says his company Berkshire Hathaway has

Hasta ahora, la sociedad y la economía han sufrido graves daños

¿Cómo va su organización?

Los resultados de nuestra investigación sobre el impacto económico

¿CUÁL ES EL IMPACTO EN LOS INGRESOS DE SU ORGANIZACIÓN EN 2020?



Positivo	**15%**
Ligeramente negativo	**40%**
Severo	**35%**
Catastrófico	**10%**
Todas las empresas	**100%**

(hasta ahora) N = +750, empresas todas las industrias, global

Crecimiento de los ingresos mediante el aumento de la demanda
por ejemplo, el comercio electrónico

Pérdida sostenida de ingresos de 0-15% en el segundo trimestre de 2020
por ejemplo, los bienes de consumo

Pérdida sostenida de ingresos del 15-50% en el segundo trimestre de 2020
por ejemplo, el petróleo y el gas

Pérdida de ingresos sostenida de +50% en el segundo trimestre de 2020
por ejemplo, Turismo

Muchas empresas experimentaron importantes pérdidas de ingresos, pero algunas consiguieron crecer en estos tiempos turbulentos. Las diferencias pueden ser extremas.

Después de un par de semanas, algunas compañías ya estaban en bancarrota, mientras que otras no podían contratar lo suficientemente rápido para hacer frente al aumento de la demanda. Una vez que la crisis sanitaria esté bajo control, muchas partes de la economía volverán a un estado normal, pero no todas. Si sólo el 20% de las empresas no se recuperan rápidamente, tendrá varios efectos dominó en nuestra economía.

Basándonos en nuestras conversaciones con empresas de todos los sectores posibles, sólo el 15% de las empresas parecen haber visto un impacto positivo hasta ahora.

Matriz de estrategia: ganadores en la Economía de Bajo Contacto

IMPACTO EN SU ORGANIZACIÓN

Impacto directo del Covid-19 / Impacto indirecto de la recesión económica / Capacidad de adaptación rápida

GRAVEDAD Y DURACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

Previsión del PIB / Evolución de la pandemia / Política económica

	Positivo Crecimiento de los ingresos mediante el aumento de la demanda *por ejemplo, el comercio electrónico*	**Ligeramente negativo** Pérdida sostenida de ingresos de 0-15% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, los bienes de consumo*	**Severo** Pérdida sostenida de ingresos del 15-50% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, el petróleo y el gas*	**Catastrófico** Pérdida de ingresos sostenida de +50% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, Turismo*
Impacto de 0,5 años *Rebote de la curva V*: Control efectivo de la pandemia y estímulo económico	Montar en la ola: aumentar la oferta para mantenerse al día con el aumento de la demanda	Empujar y prepararse para un rápido regreso a la normalidad	Sobrevivir y prepararse para una recuperación relativamente lenta de vuelta a la normalidad	Detener gran parte del negocio y prepararse para el reinicio
Impacto de 1,5 años *Recuperación de la curva en U*: Las medidas de distancia social se prolongan, el estímulo económico alivia el daño	Impulsar el crecimiento y la cuota de mercado	Defender, mejorar la posición competitiva, y encontrar nuevo crecimiento	Pivotear a través de la innovación orgánica y el crecimiento inorgánico, o ceder	Pivotear a través de la innovación orgánica y el crecimiento inorgánico, o ceder
Impacto de 3 años *Recuperación de la curva en L*: Fallo en el control de la pandemia, y quiebras generalizadas, e incumplimientos de crédito	Agresivo impulso para el crecimiento y la cuota de mercado	Defender, mejorar la posición competitiva, y encontrar nuevo crecimiento	Prepararse parala entrada agresiva de nuevos competidores. Reinventar y crear una posición totalmente nueva, o abandonar	La última estrategia de supervivencia o abandonar el mercado

últimas actualizaciones: lowtoucheconomy.com

Basándose en su evaluación, ¿puede adaptar su estrategia?

IMPACTO EN SU ORGANIZACIÓN

Impacto directo del Covid-19 / Impacto indirecto de la recesión económica / Capacidad de adaptación rápida

GRAVEDAD Y DURACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

Previsión del PIB / Evolución de la pandemia / Política económica

	Positivo Crecimiento de los ingresos mediante el aumento de la demanda *por ejemplo, el comercio electrónico*	**Ligeramente negativo** Pérdida sostenida de ingresos de 0-15% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, los bienes de consumo*	**Severo** Pérdida sostenida de ingresos del 15-50% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, el petróleo y el gas*	**Catastrófico** Pérdida de ingresos sostenida de +50% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, Turismo*
Impacto de 0,5 años *Rebote de la curva V*: Control efectivo de la pandemia y estímulo económico	Montar en la ola: aumentar la oferta para mantenerse al día con el aumento de la demanda	Empujar y prepararse para un rápido regreso a la normalidad	Sobrevivir y prepararse para una recuperación relativamente lenta de vuelta a la normalidad	Detener gran parte del negocio y prepararse para el reinicio
Impacto de 1,5 años *Recuperación de la curva en U*: Las medidas de distancia social se prolongan, el estímulo económico alivia el daño	Impulsar el crecimiento y la cuota de mercado	Defender, mejorar la posición co	Pivotear a través de la el ceder	Pivotear a través de la innovación orgánica y el crecimiento inorgánico, o ceder
Impacto de 3 años *Recuperación de la curva en L*: Fallo en el control de la pandemia, y quiebras generalizadas, e incumplimientos de crédito	Agresivo impulso para el crecimiento y la cuota de mercado	Defender, mejorar la posición competitiva, y encontrar nuevo crecimiento	Prepararse parala entrada agresiva de nuevos competidores. Reinventar y crear una posición totalmente nueva, o abandonar	La última estrategia de supervivencia o abandonar el mercado

Los primeros ganadores de la Economía de Bajo Contacto?

últimas actualizaciones: lowtoucheconomy.com

5 ejemplos de posibles ganadores

empresas más grandes que están en la posición correcta para esta nueva ola

Plataforma para conectar con clientes remotos **Por ejemplo, ByteDance (Tiktok)**	**Herramientas de apoyo al comercio electrónico** **Por ejemplo, Shopify**	**Alimentos saludables entregados en casa** **Por ejemplo, Panera Bread**	**Entrenamientos seguros en casa** **Por ejemplo, el Pelotón**	**Alternativas para cadena de suministro** **Por ejemplo, Beyond Meat**

PLATAFORMA PARA CONECTAR CON CLIENTES REMOTOS

ByteDance

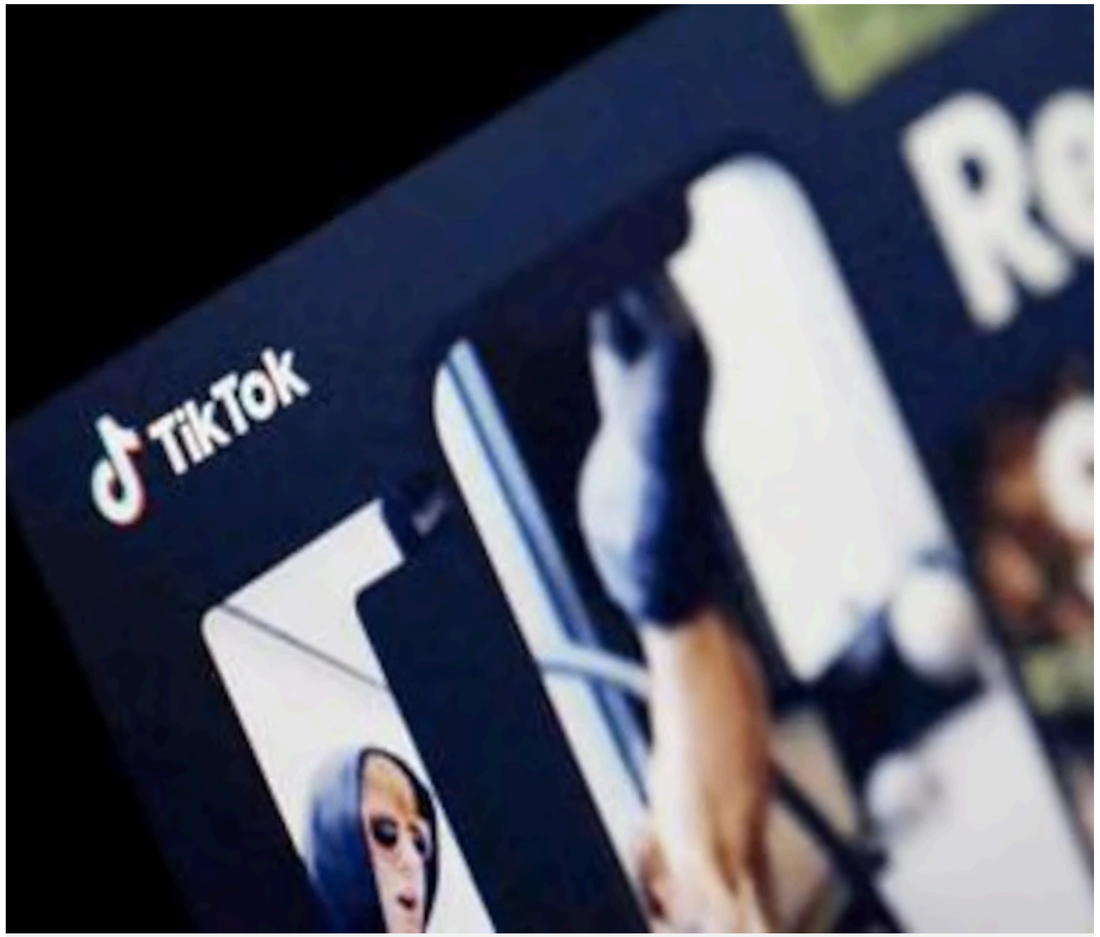
Este gigante del streaming chino irrumpió en la escena internacional durante la crisis de Covid-19 con su red social de intercambio de vídeos, TikTok, llegando a un mundo lleno de gente que deseaba divertirse e interactuar mientras estaba en casa. Al mismo tiempo, la rápida toma de decisiones y las asociaciones han colocado a ByteDance a la vanguardia de la transmisión de películas y la educación en línea en China, ya que las escuelas y los cines se vieron obligados a cerrar.

La expansión global de TikTok

- La pandemia de coronavirus provocó una explosión en el uso de TikTok a nivel internacional, consolidándolo como el más reciente fenómeno mundial de los medios sociales (1.500 millones de usuarios mensuales) con todo tipo de personas, desde médicos y enfermeras hasta celebridades que comparten pequeños clips de sí mismos sincronizando sus labios con la música.

De forma corta a pantalla grande a escala

- Después de que Covid-19 forzara el cierre de la mayoría de los cines de la nación durante el usualmente abarrotado Año Nuevo Chino, se asociaron con Huanxi Media Group para estrenar la exitosa película china *Lost In Russia* en sus plataformas de streaming.
- Perdido en Rusia acumuló la sorprendente cifra de 600 millones de visitas en cuestión de días y la asociación de ByteDance con Huanxi creció con el lanzamiento de más títulos de películas.



- **La compañía China de tecnología de Internet**
- **En todo el mundo (HQ: Beijing)**
- **30.000 empleados**
- **Ingresos (2019): 20.000 millones de euros**

HERRAMIENTAS DE APOYO AL COMERCIO ELECTRÓNICO

Shopify

Esta plataforma de comercio electrónico se promociona como uno de los jugadores mejor situados para desafiar el dominio de Amazon con 1 millón de negocios en línea y más de 100.000 sistemas de puntos de venta. Cuando Covid-19 forzó el rápido cierre de las tiendas físicas, Shopify fue capaz de ayudarles a cambiar rápidamente y retener las cruciales pérdidas de ingresos por ventas.

Apoyando a los minoristas para que vayan a Bajo Contacto

- Shopify ha permitido a muchos de sus clientes de tiendas minoristas cambiar las ventas en línea, utilizando soluciones de recogida o entrega en la acera.
- Según Shopify, los minoristas que se vieron obligados a cerrar sus tiendas físicas pudieron recuperar el 94% de los volúmenes de ventas en línea que habían perdido por las transacciones en las tiendas.

Un conjunto versátil de ofertas para la economía de Bajo Contacto

- Shopify no es sólo una plataforma de comercio electrónico, sus diversas soluciones de ventas físicas y en línea ofrecen flexibilidad para que los minoristas sigan vendiendo sin importar la fase de cierre que pueda haber.
- Recientemente lanzaron Shop, una nueva aplicación de compras orientada al consumidor que permite a los compradores acceder a una fuente de búsqueda de productos de sus comerciantes, en competencia directa con Amazon.

Plataforma de comercio electrónico

- **En todo el mundo (Sede: Canadá)**
- **Más de 5.000 empleados**
- **Ingresos (2019): 1.500 millones de euros**

ALIMENTOS SALUDABLES ENTREGADOS EN CASA

Panera Bread

Esta cadena de restaurantes respondió rápidamente a la crisis de Covid-19 introduciendo varios rediseños en su modelo de negocio. Podría convertirse en una de las marcas más grandes capaz de cambiar con éxito a un nuevo formato, listo para una Economía de Bajo Tacto.

Canales de distribución de Low Touch

- El verano pasado ya se habian asociado con el canal digital Grubhub para proporcionar una entrega sin contacto en menos de una hora.
- Introdujo una camioneta en la acera
- El comercio electrónico ya era el 50% de sus ingresos

Enfoque extra en la salud y la seguridad

- El bienestar será más importante (la marca está ligada a los alimentos frescos)
- Nuevos controles de temperatura para los empleados
- Mejoras en el diseño interior (por ejemplo, plexiglás)

Nueva vertical (nuevo mercado)

- Entrega de alimentos básicos basados en su oferta de productos existentes (productos frescos, lácteos, pan y bagels)
- El CEO pretende mantener esta línea de negocio después de la crisis

Ir más allá

- Su objetivo es proporcionar 500.000 comidas a los niños y las familias que se refugian en el lugar

- **Cadena de cafeterías y restaurantes casuales**
  2000 lugares (US, CA)
- **50.000 empleados**
  Ingresos (2019):
  5.700 millones de dólares

ENTRENAMIENTOS SEGUROS EN CASA

Pelotón

Esta compañía de ejercicios en casa no podía predecir que la mayoría de los gimnasios se verían forzados a cerrar en grandes extensiones del mundo, lo que le daría un acceso privilegiado a las personas que buscan opciones de ejercicio en casa. Quedan preguntas sobre si su éxito se puede mantener a medida que los cierres disminuyan, pero su casi millón de suscriptores pone a Pelotón en una muy buena posición.

Crecimiento constante en descargas de aplicaciones y ventas de hardware

- Desde el golpe del Covid-19, el número total de suscriptores de gimnasia de Pelotón casi se duplicó a 886.000. En solo seis semanas, más de 1,1 millones de personas descargaron la aplicación Pelotón Digital.
- En marzo, anunciaron que ofrecerían una prueba de 90 días de entrenamiento en casa que no requería la bicicleta Pelotón de 2.245 dólares o su cinta de correr de 4.295 dólares.

Bien situado para ir totalmente a distancia

- Incapaz de ofrecer clases en vivo en sus estudios dedicados, la compañía cambió a clases de ejercicios en casa transmitidas en vivo desde las casas de sus instructores.
- Su mayor desafío ha sido tratar de mantener la demanda y entregar el equipo físico a los clientes con la suficiente rapidez.
- Las ganancias del primer trimestre aumentaron un 66%.

- **Equipo de ejercicio y medios**
- **En todo el mundo (HQ: Nueva York)**
- **Más de 1.800 empleados**
- **Ingresos (se espera que en 2020): 1.600 millones de dólares**

ALTERNATIVAS PARA LA CADENA DE SUMINISTRO BAJO PRESIÓN

Beyond Meat - Más allá de la carne

Este productor de carne de origen vegetal es el líder de un creciente paquete de alternativas de carne. Después de años de desarrollar sus propias recetas "casi reales", el coronavirus ha presentado el momento perfecto para ganar terreno mientras una crisis envuelve la cadena de suministro de carne de los EE.UU. Con el doble de márgenes de beneficio, y sin el bagaje relacionado con el clima y la crueldad animal de los productores de carne tradicionales, Beyond Meat está listo para atacar.

Una marca y un producto para el futuro, listo para salir ahora

- Más allá de la carne se están posicionando para tomar el relevo de los productores de carne tradicionales.
- A medida que aumenta el disgusto del público por los mercados de carne (como el de Wuhan), la crueldad con los animales y la inacción climática, están interviniendo para ofrecer a los consumidores una alternativa positiva.

La escasez de carne presenta una oportunidad de oro

- El Coronavirus ha saboteado las cadenas de suministro agrícola y la capacidad de producción de los Estados Unidos. Conduciendo a subidas de precios de la carne al por mayor de hasta 30 euros.
- Beyond Meat planea usar esta ventana para presentar su producto a nuevos consumidores, con descuentos agresivos en las tiendas y promociones especiales con los socios de los restaurantes de servicio rápido.

- **Los productos alimenticios veganos**
  En todo el mundo
  (Cuartel general: El Sugundo, EE.UU.)
- **400 empleados**
- **Ingresos (2019): 298 millones de dólares)**

Matriz de estrategia: ganadores en la Economía de Bajo Contacto

IMPACTO EN SU ORGANIZACIÓN

Impacto directo del Covid-19 / Impacto indirecto de la recesión económica / Capacidad de adaptación rápida

GRAVEDAD Y DURACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO

Previsión del PIB / Evolución de la pandemia / Política económica

	Positivo Crecimiento de los ingresos mediante el aumento de la demanda *por ejemplo, el comercio*	**Ligeramente negativo** Pérdida sostenida de ingresos de 0-15% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, los bienes de*	**Severo** Pérdida sostenida de ingresos del 15-50% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, el petróleo y el gas*	**Catastrófico** Pérdida de ingresos sostenida de +50% en el segundo trimestre de 2020 *por ejemplo, Turismo*
Impacto de 0,5 años *Rebote de la curva V*: Control efectivo de la pandemia y estímulo económico	Mo ofe con el aumento de la demanda		Sobrevivir y prepararse para una recuperación relativamente lenta de vuelta a la normalidad	Detener gran parte del negocio y prepararse para el reinicio
Impacto de 1,5 años *Recuperación de la curva en U*: Las medidas de distancia social se prolongan, el estímulo económico alivia el daño	Impulsar el crecimiento y la cuota de mercado	Defender, mejorar la posición competitiva, y encontrar nuevo crecimiento	Pivotear a través de la innovación orgánica y el crecimiento inorgánico, o ceder	Pivotear a través de la innovación orgánica y el crecimiento inorgánico, o ceder
Impacto de 3 años *Recuperación de la curva en L*: Fallo en el control de la pandemia, y quiebras generalizadas, e incumplimientos de crédito	Agresivo impulso para el crecimiento y la cuota de mercado	Defender, mejorar la posición competitiva, y encontrar nuevo crecimiento	Prepararse parala entrada agresiva de nuevos competidores. Reinventar y crear una posición totalmente nueva, o abandonar	La última estrategia de supervivencia o abandonar el mercado

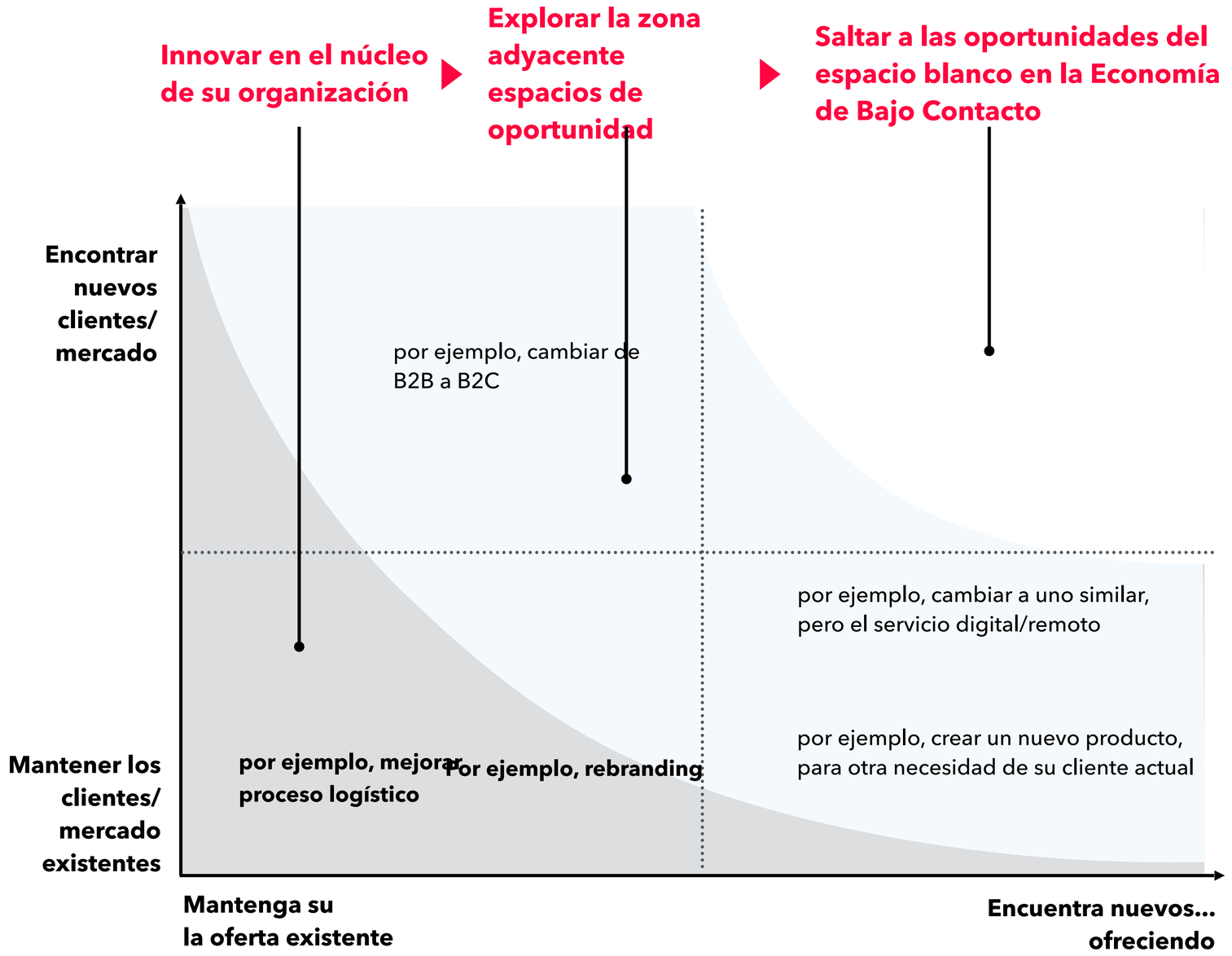
En esta situación, se necesitan vías de crecimiento alternativas. Véase los capítulos 3 y 4

últimas actualizaciones: lowtoucheconomy.com

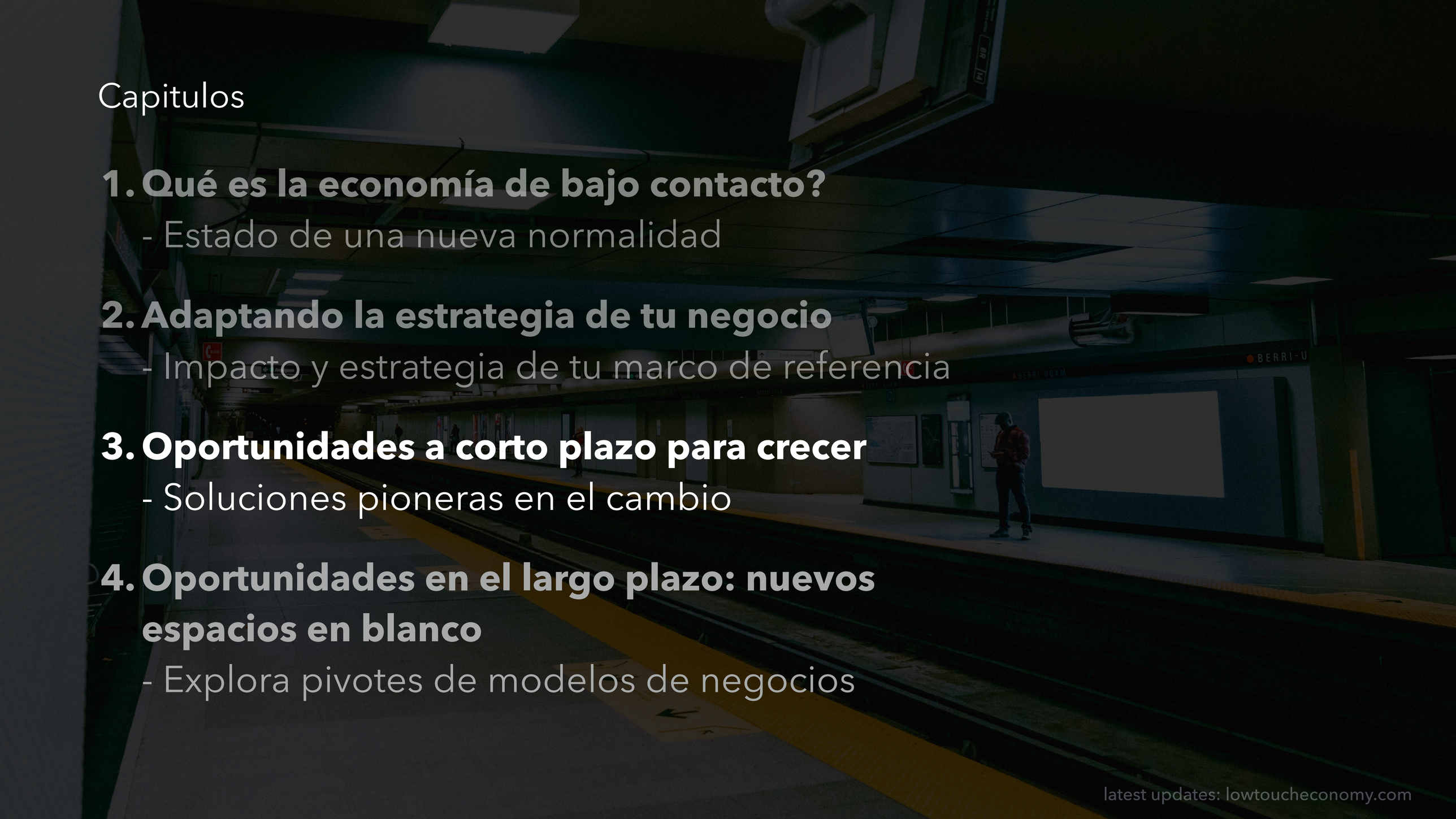
Oportunidades a diferentes niveles

Dependiendo de su situación y elección estratégica, tendrá que seguir una estrategia de innovación diferente. Cuando su necesidad clave sea mejorar el núcleo de su organización, puede empezar copiando las soluciones de otros actores y de los primeros impulsores del mercado.

Sin embargo, si necesita hacer un movimiento más ambicioso, potencialmente en un nuevo espacio blanco, tendrá que operar con mucha más incertidumbre. Asegúrese de validar múltiples ideas en paralelo para aumentar tu tasa de éxito.



últimas actualizaciones: lowtoucheconomy.com



Capitulos

1. **Qué es la economía de bajo contacto?**
   - Estado de una nueva normalidad

2. **Adaptando la estrategia de tu negocio**
   - Impacto y estrategia de tu marco de referencia

3. **Oportunidades a corto plazo para crecer**
   - Soluciones pioneras en el cambio

4. **Oportunidades en el largo plazo: nuevos espacios en blanco**
   - Explora pivotes de modelos de negocios

latest updates: lowtoucheconomy.com

¿Qué pueden hacer los negocios para empezar a reabrir en el corto plazo y ser parte de la nueva economía de bajo contacto?

En ésta sección, ilustraremos los experimentos que han realizado algunas compañías. Si estás enfrentándote a desafíos similares, éstos ejemplos te pueden inspirar a desarrollar tu propia solución.

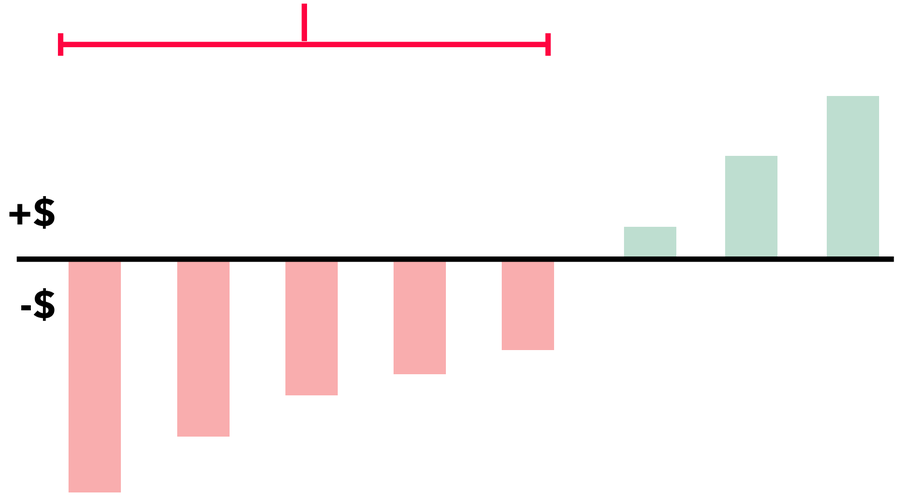
Los mayores obstáculos para las empresas en éste momento

- **A. Relaciones rotas con clientes**
- **B. Caída instantánea de la demanda**

Problemas relacionados u otros:

- La gran incertidumbre hace difícil la planeación anticipada
- Existen restricciones respecto al suministro y producción
- Inestabilidad política
- Flujo de efectivo restringido/restricciones financieras

Muchas empresas están bajo presión.
¿Qué es lo que tienen en común?

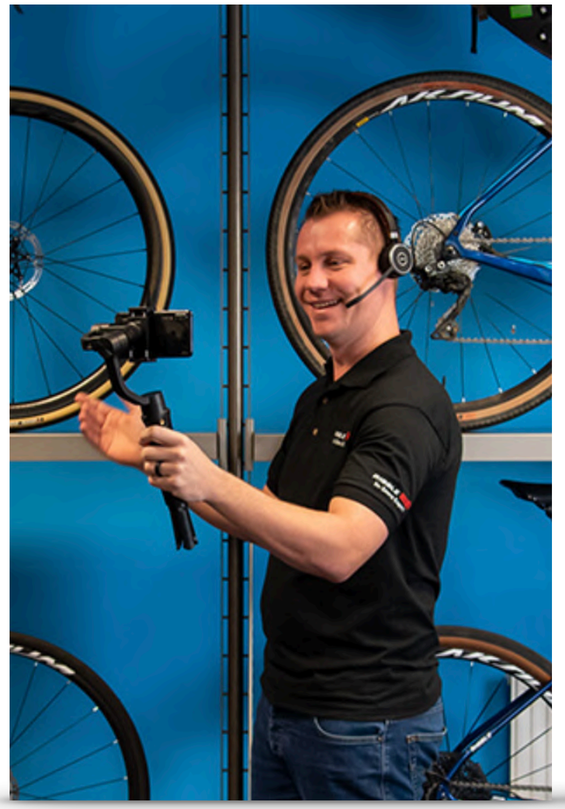


A. La causa de la relación rota con clientes: El punto de venta es inaccesible

Problema
En los dos contextos ya sea B2B ó B2C; los clientes están limitados a interactuar con representantes de ventas de las compañías. A menudo, el uso de un punto físico de venta no es posible.

¿Soluciones a implementar?

- *Go Instore* ofrece una solución a los agentes de ventas al por menor que les permite guiar a los clientes de forma remota, en vivo por vídeo y audio.
- *Matterport ayuda a realizar escaneos foto-realistas de las propiedades para ofrecer a sus clientes tours virtuales.*
- Envía prototipos a tus clientes de productos para discutir sobre ellos a través de video.
- Actúa como *Warby Parker* y envía múltiples artículos a tu cliente. Luego déjalos escoger, comprar y que te devuelvan el resto.
- Chatbos de ventas B2B y eventos virtuales están en aumento.



Go Instore

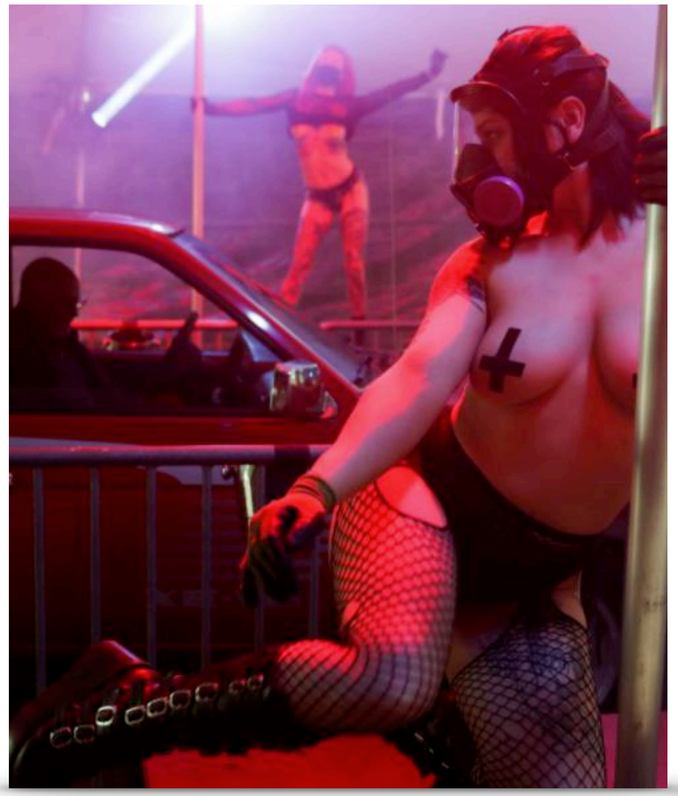
Matterport (escaneo 3D de bienes raíces)

A. La causa de la relación rota con clientes: Restricciones de interacción física

Problema
Con el fin de que sigan operando los negocios, muchos necesitan repensar cómo pueden crear una nueva experiencia para atender a largos grupos de personas interactuando entre ellas.

¿Soluciones a implementar?

- Algunos restaurantes están cambiando para servir a los comensales en **compartimentos pequeños** para que tengan mayor seguridad mientras se conserva la experiencia social.
- Artistas están cambiando a realizar **shows privados** con una audiencia limitada.
- Se están aplicando **restricciones en el tiempo** de acuerdo a la duración de visita de un cliente dentro del negocio.
- Más modelos de servicio tipo **drive-through** están emergiendo: clubes de strip-tease, conciertos, supermercados, etcétera.
- Los **negocios al por menor** y de servicios están adoptando modelos de servicio basados en citas.



Club de strip-tease Drive-through

Isolated compartment restaurant

B. Causa de la caída de la demanda: Problemas de seguridad del producto

Problem
Algunos clientes tendrán problemas respecto a la seguridad de usar tus products ó servicios. Esto puede bloquear a las personas, incluso al comprar tu producto en primer lugar.

¿Soluciones a implementar?

- Algunos robots que son usados dentro de hospitales para desinfectar habitaciones con luz UV están siendo rediseñados para usarse dentro de **hoteles**.
- Tableros públicos: rastrean el estado de salud de todos los involucrados en la producción o entrega de un producto.
- Profesionales que requieren contacto físico cercano, como odontología, están implementando pantallas adicionales y equipo protección.
- Aparecerán nuevas etiquetas y certificaciones de seguridad.
- Rediseños de productos: materiales anti-virales, desechables, de fácil limpieza ó desinfección.

Dentista con escudo protector

Robot de luz UV dentro de un hotel

B. Caída de la demanda

2 opciones

Las necesidades subyacentes están presentes todavía aquí.

- Restaurantes & bares: las personas aún necesitan socializar.
- Turismo: las personas aún necesitan relajarse, escapar y explorar.

La demanda no se recuperará pronto - las prioridades han cambiado.

- Fashion: No hay deseo u ocasión para vestirse.
- Automotriz: Adquirir un carro es muy arriesgado financieramente.

B. Caída de la demanda

2 opciones

Las necesidades subyacentes están presentes todavía aquí.

- Restaurantes & bares: las personas aún necesitan socializar.
- Turismo: las personas aún necesitan relajarse, escapar y explorar.

Como empresa , ofrece una solución alternativa para el mismo "trabajo por hacer" para tus clientes existentes.

La demanda no se recuperará pronto - las prioridades han cambiado.

- Fashion: No hay deseo u ocasión para vestirse.
- Automotriz: Adquirir un carro es muy arriesgado financieramente.

Paso 1: Comprender el "trabajo por hacer" para tu cliente

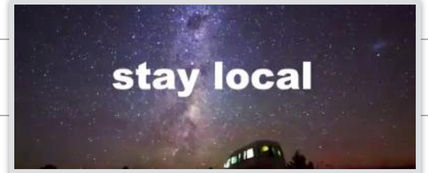
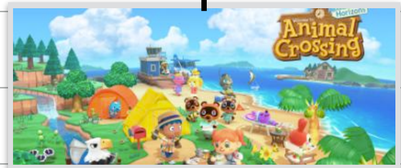
"Las personas van a unas vacaciones internacionales..."

Para desconectarse del trabajo		
Para conectarse con amigos/familiares		
Para conocer nuevas personas		
Para tener una nueva experiencia		
Para presumir en redes sociales (estatus)		
Para aprender algo nuevo		
Para ser servido/por conveniencia		
Para reducir el estrés		
Para pertenecer a un cierto grupo/encajar		
Para sentirse recompensado por el trabajo		

Paso 2: Sustitutos puntuales, dentro ó fuera de tu industria

Dependiendo de tus activos, podría ser más sencillo identificar un servicio sustituto

"Las personas van a unas vacaciones internacionales..."

	dentro de viajes/turismo	afuera de viajes/turismo
Para desconectarse del trabajo		
Para conectarse con amigos/familiares		
Para conocer a nuevas personas		
Para tener una nueva experiencia	 Muchas agencias de turismo están cambiando por experiencias más locales (p.ej. "Van Life")	
Para presumir en redes sociales (estatus)		 La gente cambió ahora a los videojuegos y el streaming para desconectarse.
Para aprender algo nuevo		
Para ser servido/por conveniencia	Una experiencia de hotel desde tu casa , incluye un concierto virtual en vivo, cajas de comida y concierge.	
Para reducir el estrés		Los centros de bienestar ofrecen ahora sesiones virtuales de relajación.
Para pertenecer a un cierto grupo/encajar		
Para sentirse recompensados por el trabajo		

B. Caída de la demanda

Las necesidades subyacentes están presentes todavía aquí.

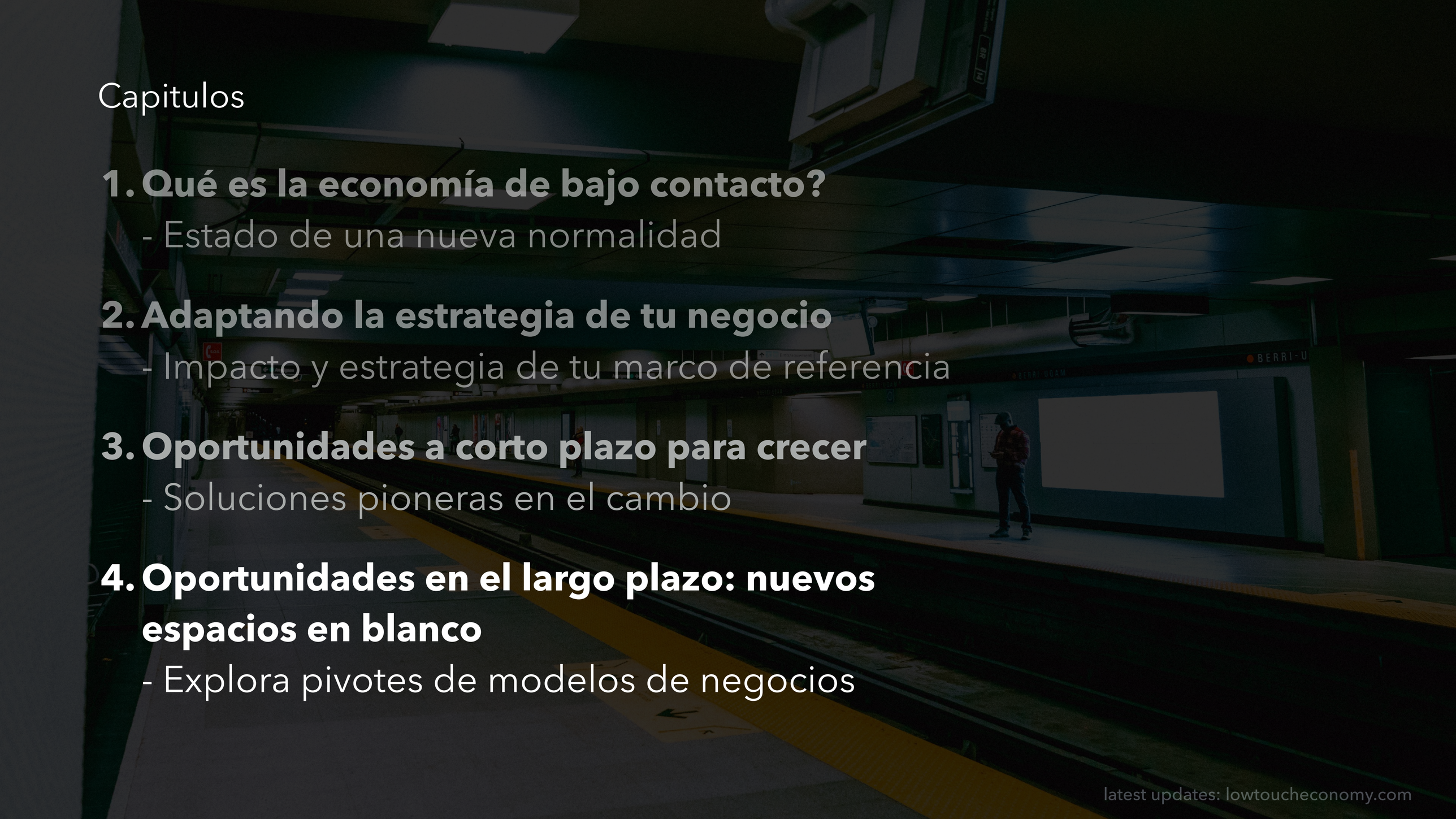
- Restaurantes & bares: las personas aún necesitan socializar.
- Turismo: las personas aún necesitan relajarse, escapar y explorar.

Como empresa , ofrece una solución alternativa para el mismo "trabajo por hacer" para tus clientes existentes.

La demanda no se recuperará pronto - las prioridades han cambiado.

- Fashion: No hay deseo u ocasión para vestirse.
- Automotriz: Adquirir un carro es muy arriesgado financieramente.

Como empresa, querrás saltar a un nuevo segmento de clientes realizar un nuevo producto (**exploración con metodología white space**)



Capitulos

1. **Qué es la economía de bajo contacto?**
   - Estado de una nueva normalidad

2. **Adaptando la estrategia de tu negocio**
   - Impacto y estrategia de tu marco de referencia

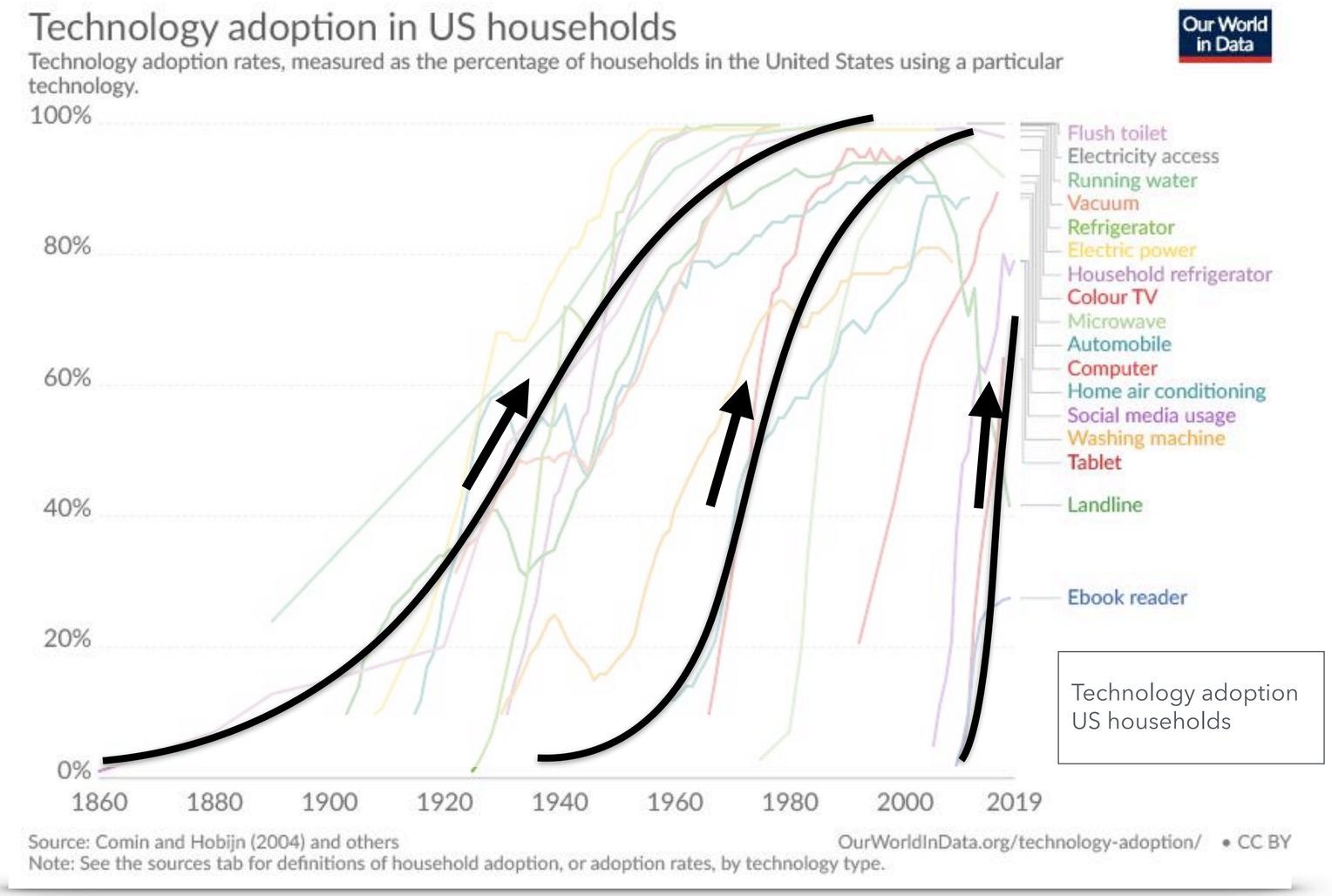
3. **Oportunidades a corto plazo para crecer**
   - Soluciones pioneras en el cambio

4. **Oportunidades en el largo plazo: nuevos espacios en blanco**
   - Explora pivotes de modelos de negocios

¡Un reajuste forzado de nuestra sociedad es la oportunidad perfecta para explorar nuevas áreas de crecimiento!

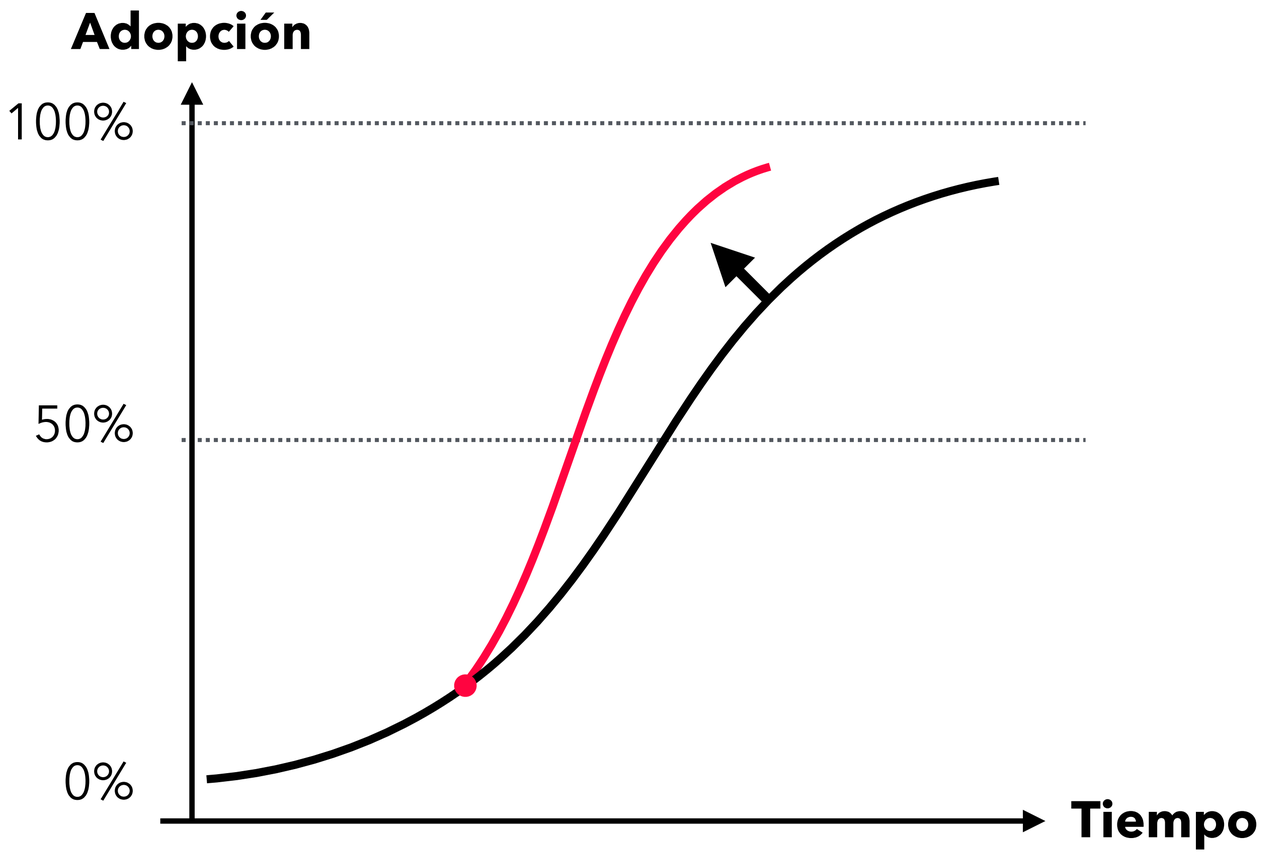
Cambios en el comportamiento, nuevas regulaciónes, una adopción acelerada de tecnología nueva - es el momento que los innovadores han estado esperando.

En las últimas décadas, las curvas de adopción de productos se hicieron más pronunciadas



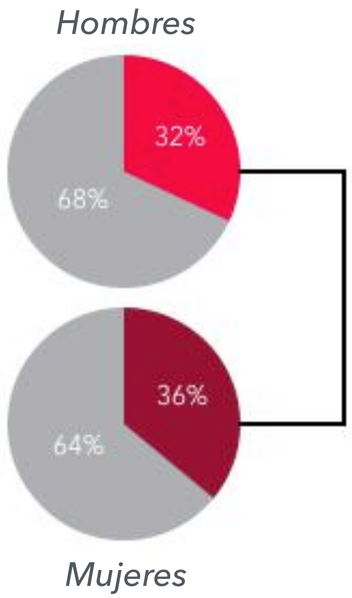
El ritmo de adopción de nuevos productos se ha ido acelerando durante la ultima década. Estamos tan conectados ahora que una innovación exitosa puede extenderse por todo el mundo en cuestión de días.

ahora más que nunca



En tan sólo 2 ó 3 meses, el mundo adoptó rápidamente una serie de nuevos hábitos. Esto llevó a que una amplia gama de productos, de repente disfrutara de una base de clientes mucho más grande. Las curvas de adopción parecían casi verticales.

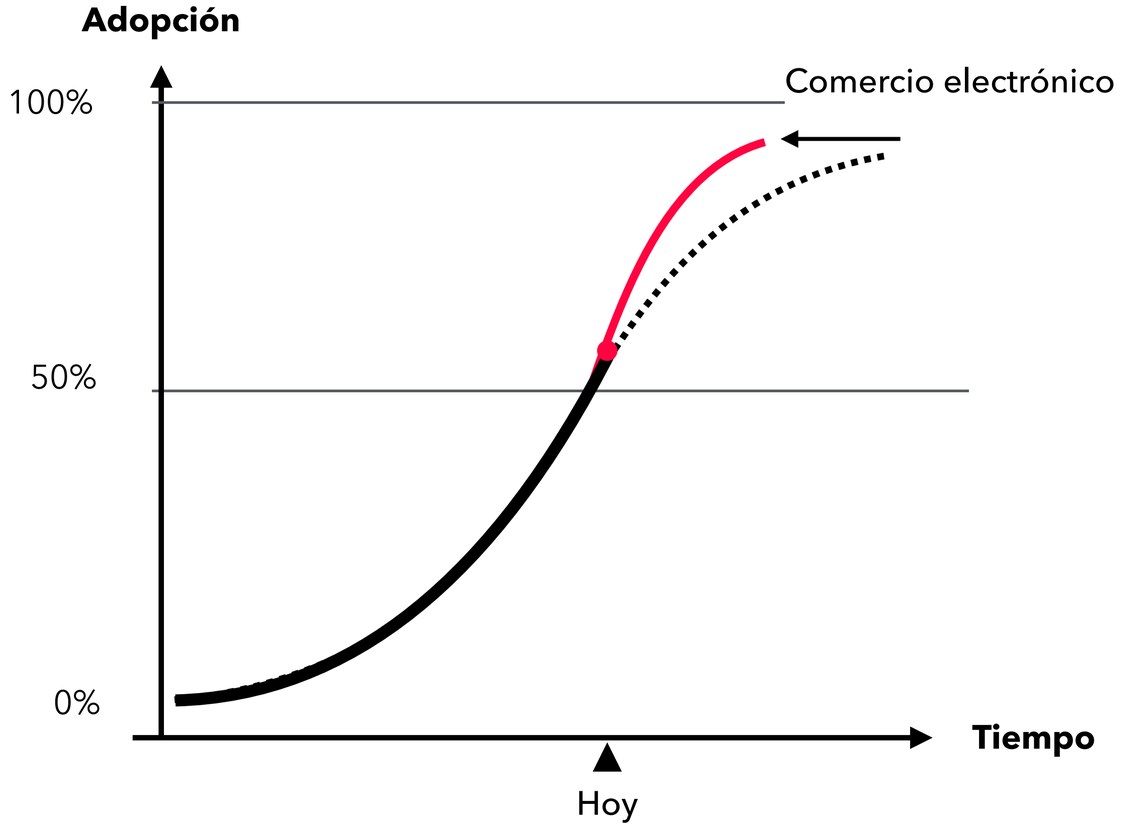
Ejemplo: La mayoría tardía se pone al día con el comercio electrónico



Más de 1/3 de las personas nunca habían comprado en línea antes de la pandemia
(US DATA)

El 25% de estas personas son ahora compradores online

source: statistica.com n=2200, March 24-26 2020



Ejemplo: La salud electrónica ya no es sólo para los primeros en adoptarla.

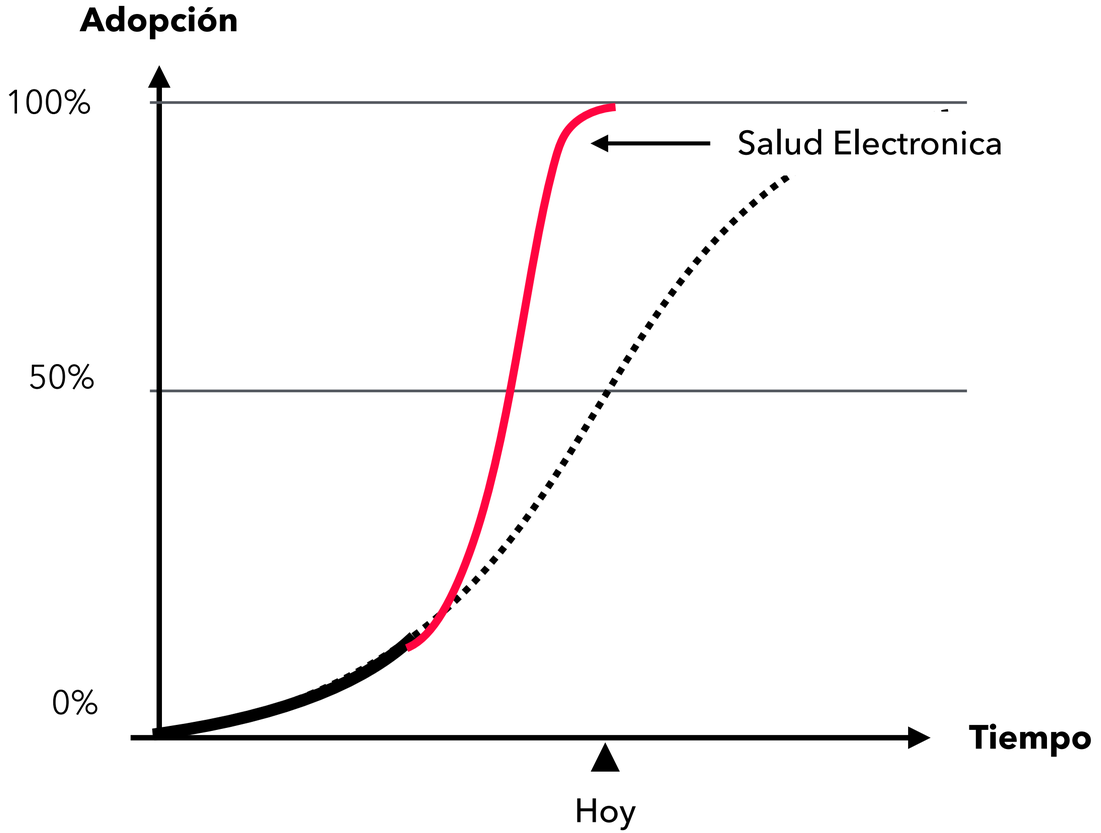
BREAKING | 21,661 views | Apr 2, 2020, 05:33pm EDT

Coronavirus: 36% Of Americans Say Pandemic Has Made A 'Serious Impact' On Their Mental Health

Carlie Porterfield Forbes Staff
Business
I cover breaking news.

- 36% of Americans told an American Psychiatric Association poll that the pandemic has had a serious impact on their mental health, and according to a PiplSay poll, 31% of Americans say they're sleeping less because of coronavirus-related anxiety.
- As people self-quarantine, remote therapy services like Talkspace and Brightside have seen an increase in demand— Talkspace told Bloomberg it experienced a 65% increase in customers since mid February and Brightside has seen a 50% increase in new users since the start of the year.

source: Forbes.com Apr 2, 2020



Manténgase atento a los nuevos hábitos (como estos) para entender dónde pueden nuevas oportunidades

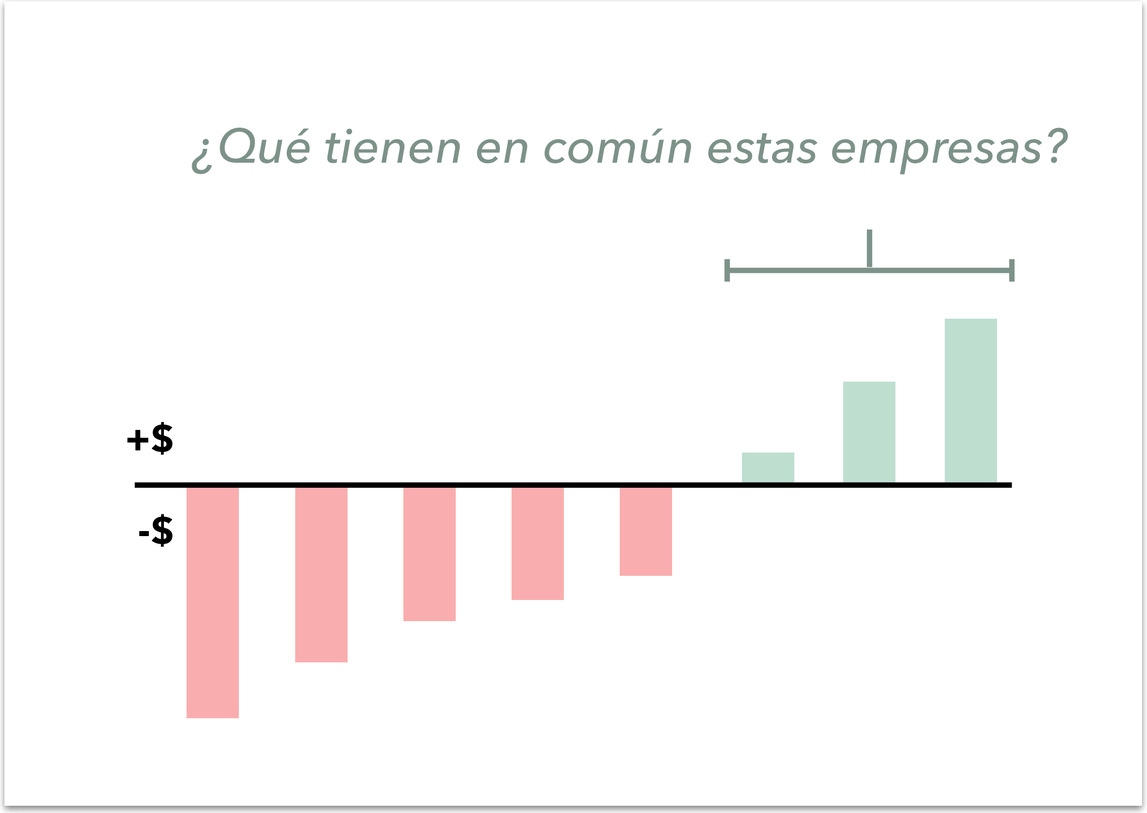
Los pagos sin contacto ya han subido un 40% (según Mastercard, 30 de abril)

Mucha gente ha adoptado **estilos de vida más saludables**. Cerca de 45% de los ciudadanos de EE.UU. empezaron a cocinar en casa usando ingredientes saludables. El uso de aplicaciones de yoga, meditación y mindfulness ha aumentado.

La gente ha estado invirtiendo en bicicletas electrónicas para uso recreativo y como una alternativa más segura al transporte público. VanMoof (marca de e-bikes) notó un aumento global en las ventas de 48% mientras que en Gran Bretaña las compras aumentaron un 184% entre febrero y abril.

Los nuevos hábitos son sólo de las muchas razones por las que algunas empresas están en la cima.

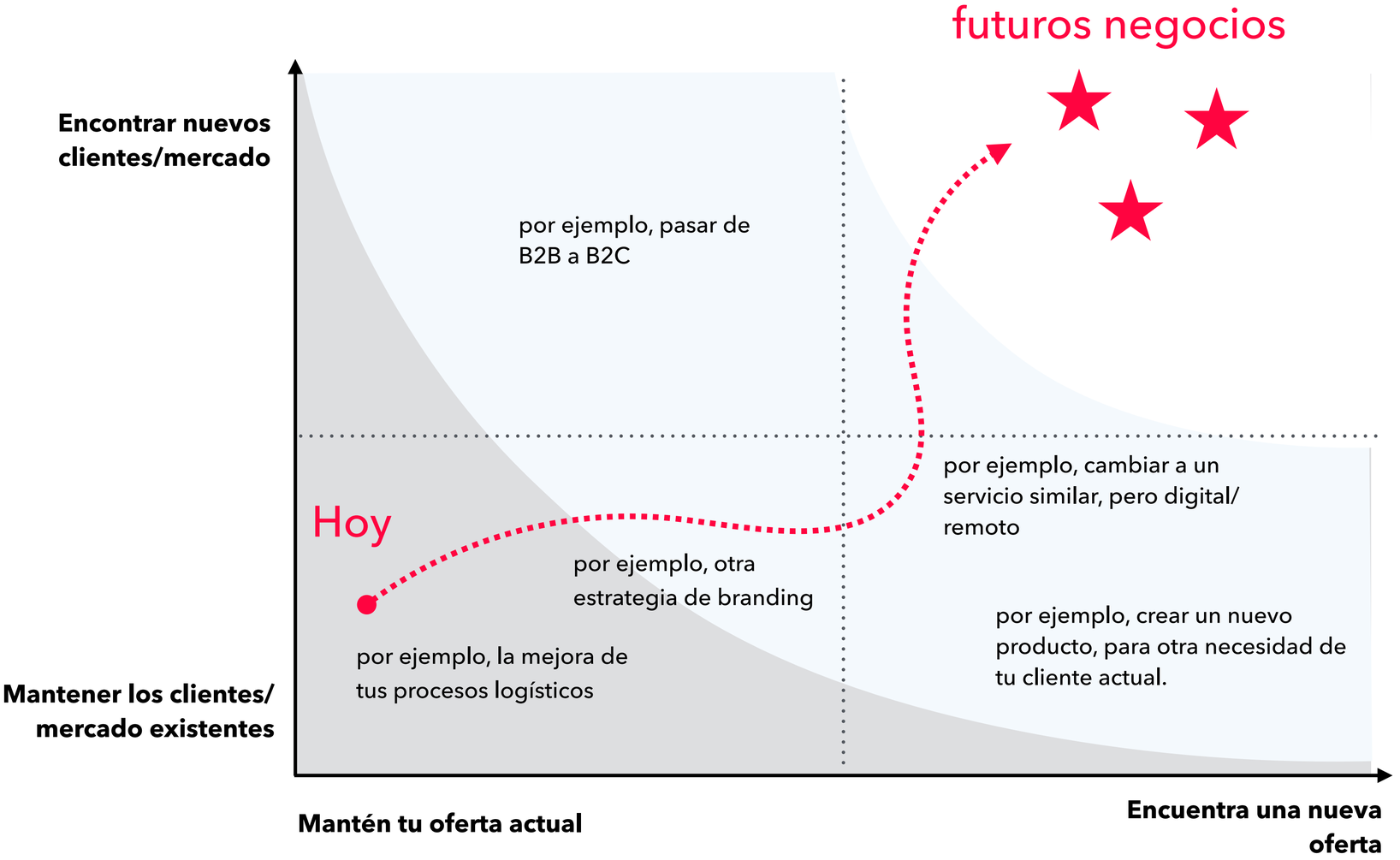
- Ciertas compañías fueron diseñadas para la Economía de Tacto Bajo
- ¿Puedes copiar aspectos de sus modelos de negocio para reutilizarla en otro mercado/negocio?



Oportunidades de negocio en diferentes niveles

Si quieres/necesitas alejarte de tu modelo de negocio principal, lo más probable es que termines con un **modelo de negocio completamente diferente**. Si tu cambio debe ser efectuado a corto plazo, debes considerar **adquisiciones** en espacios de negocio "en blanco".

En la siguiente sección, ilustramos **6 maneras de encontrar estos "espacios en blanco."**



latest updates: lowtoucheconomy.com

Cómo otros se alejaron de su negocio principal

De (antiguo negocio)	Pivotar a (nuevo negocio)	Canal	Mercado	Propuesta
Su línea de negocio de **cañones de nieve** estaba programada para ver una larga caída en su demanda, por lo que EmiControls tuvo que encontrar nuevas áreas de crecimiento.	Fueron capaces de modificar su producto actual para aprovechar una nueva demanda: la **desinfección de grandes espacios abiertos.**	SIMILAR	**NUEVO**	REDISEÑO
Intelligence Industrielle normalmente ofrece sensores industriales de IO y tableros para **rastrear máquinas en lugares industriales.**	Hoy en día ofrecen soluciones de señalización interactiva y **control de multitudes para farmacéuticos y minoristas.**	NUEVO	**NUEVO**	SIMILAR
La caída del turismo y la moda empujó a la marca de **trajes de baño,** Granadilla, en una nueva dirección.	Granadilla ahora está enfoca gran parte de su marketing hacia nuevas líneas de negocio: **la venta de cajas de alimentos saludables a través del comercio electrónico.**	SIMILAR	SIMILAR	**NUEVO**
Habrá menos demanda de **cabinas telefónicas privadas** para oficinas abiertas mientras que la gente siga trabajando desde casa.	room.com está explorando nuevos mercados con un completo rediseño de su producto. **Cabinas de prueba de seguridad para personal médico** es una de sus opciones de crecimiento	REDISEÑO	**NUEVO**	**NUEVO**
Los **talleres de arte offline y las sesiones de liderazgo** tardarán un tiempo en recuperarse.	ArtNight Hizo un cambio de 180 grados y cambió a **cursos de arte completamente online.**	**NUEVO**	REDISEÑO	SIMILAR

latest updates: lowtoucheconomy.com

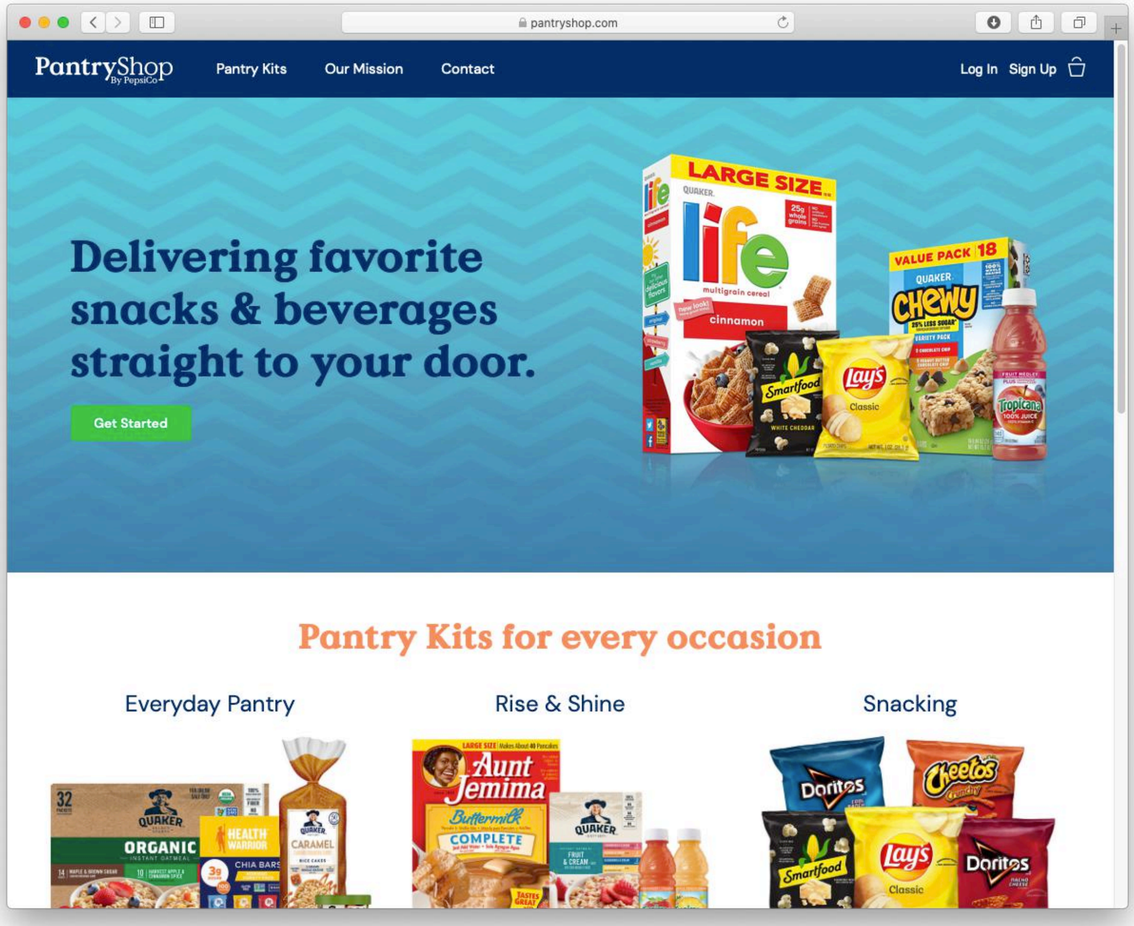
Caso: Las grandes empresas de PepsiCo raramente implementan un cambio 180, en vez se adaptan.

En general, hemos encontrado que cuanto más grande sea el negocio, más lenta es la respuesta a un cambio en el mercado. Pero hay excepciones.

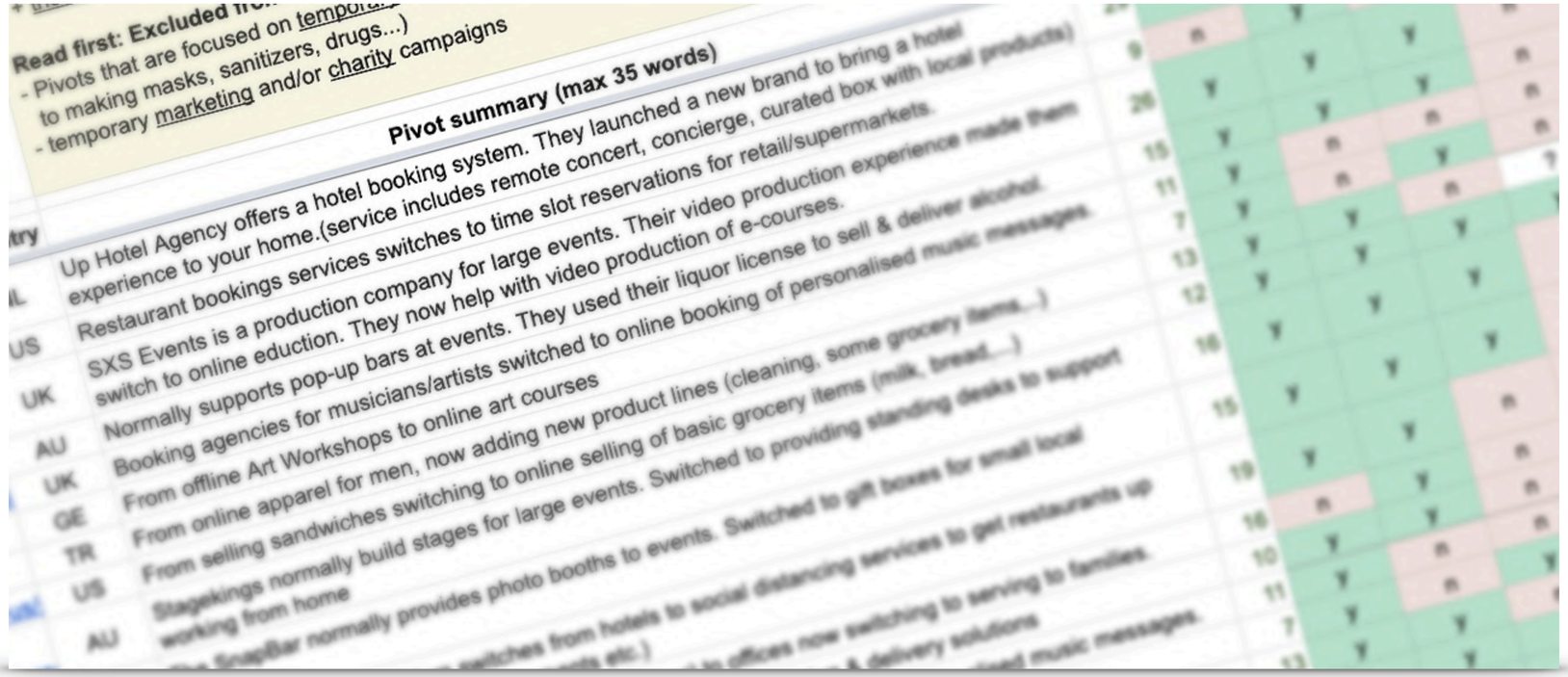
PepsiCo, por ejemplo, entendió que el consumo de alimentos en el hogar se mantendría en niveles altos por un período prolongado. **En menos de 30 días, desarrollaron dos nuevas plataformas dirigidas hacia el consumidor:** Pantryshop.com y Snacks.com. En la primera plataforma, los consumidores pueden pedir paquetes especializados de las marcas más vendidas de PepsiCo, como Quaker, Gatorade, SunChips y Tropicana. Mientras que Snacks.com, como su nombre lo implica, es como una tienda electrónica de bocadillos.

Para nuevas iniciativas como estas, la parte más fácil es poner en marcha una plataforma web orientada al consumidor. Desarrollar cadenas de suministro adecuadas y formar cambios dentro de la política interna de una organización de gran tamaño, son los desafíos más difíciles de superar.

En los próximos dos meses, esperamos ver a muchas grandes corporaciones lanzando múltiples experimentos, tratando de aprovechar las cambiantes necesidades del mercado.



Lista pública de cambios de modelo de negocio



Encuentra +50 pivotes de modelo de negocio en nuestro Google Sheets

latest updates: lowtoucheconomy.com

6 impulsos de espacios en blanco dentro de la Economía de Bajo Contacto

Impulso	Relevancia en la Economía de Bajo Contacto
1. Cambios en la industria Rediseño de las cadenas de suministro, nuevos mercados, …	**Alto**
2. Nueva regulación Una vez eliminados ciertos obstáculos legales, se pueden abrir nuevos mercados.	**Medio**
3. Nuevos comportamiento de consumo Cuando la gente actúa de forma diferente, desarrollan nuevas necesidades.	**Alto**
4. Cambios sociales Cambios demográficos, nuevas normas y valores.	**Alto** **(Pero con retrasos)**
5. Nueva tecnología Cuando se hace más fácil resolver problemas específicos.	**Bajo**
6. Acceso a nuevos recursos Acceso a nuevas redes, nuevos activos, nuevas asociaciones...	**Bajo**

Espere una “fiebre de oro" en nuevas oportunidades por parte de:

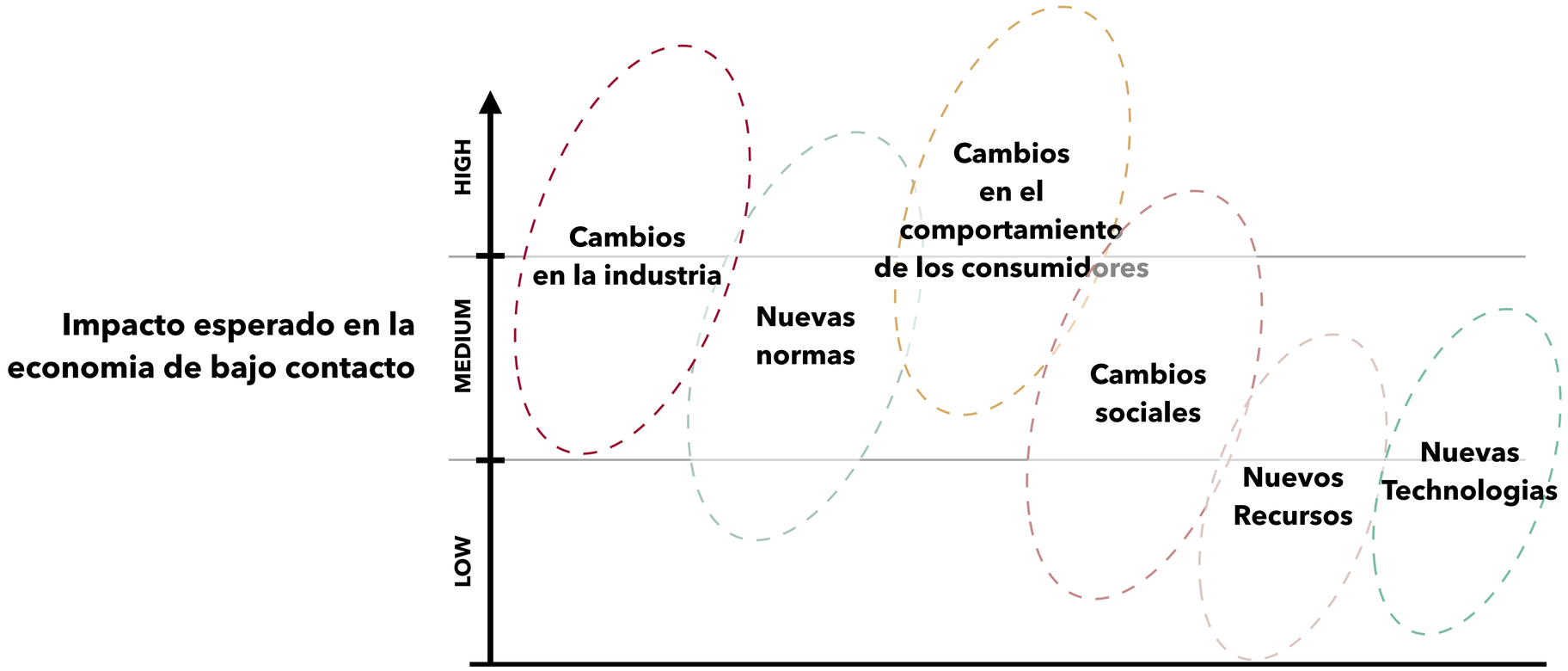
- empresas oportunistas con los activos adecuados
- las empresas afectadas por la crisis (y su necesidad de sobrevivir)
- nuevas empresas creadas para entrar en nuevos mercados

¿Encaja con tu compañía?

- Antes de implementar oportunidades potenciales, deberás comprobar el encaje con tu empresa.
  Algunos criterios a tener en cuenta son:
  - Acceso al mercado basado en las relaciones y asociaciones existentes
  - Encaje con la estrategia de tu compañía
  - Encaje con la política de inversión de tu compañía
  - Activos disponibles para implementar el cambio
  - ...
- Cuando es poca la alineación, podrías considerar las siguientes posibilidades; adquisiciones, alianzas estratégicas, o explorar opciones de emprendimiento corporativo.
- Estamos encantados de ayudarte a identificar estas oportunidades de “espacio blancos” o contribuir al lanzamiento de nuevos productos en el mercado.

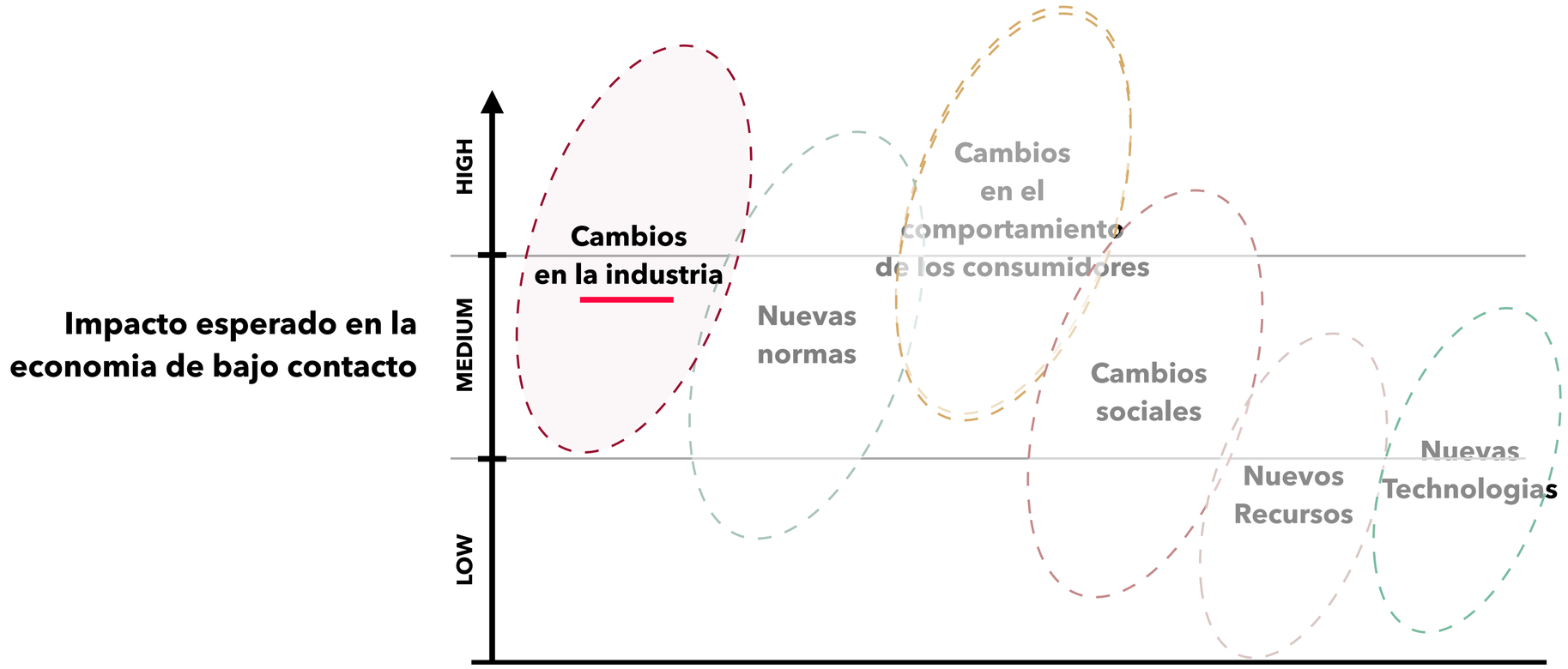
Discutelo con un experto

6 FACTORES CLAVE PARA ENCONTRAR NUEVAS OPORTUNIDADES



Ejemplos de espacios en blanco y oportunidades, desencadenados por diferentes cambios

6 FACTORES CLAVE PARA ENCONTRAR NUEVAS OPORTUNIDADES

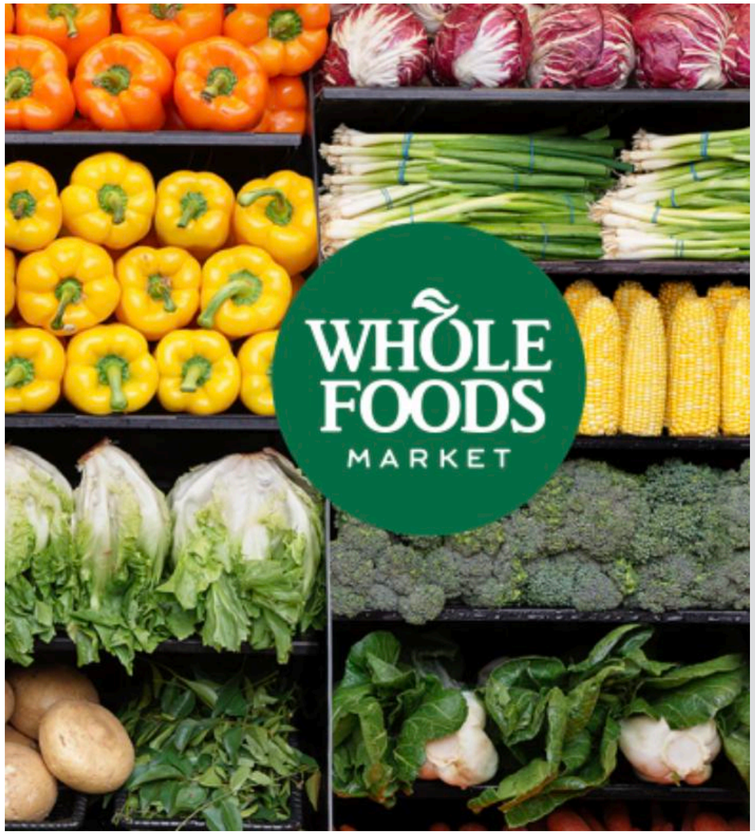


Ejemplos de espacios en blanco y oportunidades, desencadenados por diferentes cambios

Economia de bajo contacto
Nuevos cambios

- **Cambios en la cadena de suministro**
  - Las cadenas de suministro centralizadas se dividirán para tener más redundancia para manejar las interrupciones.
  - **Opportunidades:** servicios de deslocalización, transporte marítimo, "almacenes oscuros", nuevos procesos logísticos, producción local rentable (servicios de automatiización)

- **Locales, cambios en la distribución**
  - Las restricciones higiénicas obligarán a las oficinas, restaurantes, teatros y demás a dividir los grandes locales en unidades locales más pequeñas. Cuando las empresas se dividen localmente, las cadenas de suministro y los procesos deben ser rediseñados también.
  - **Opportunidades:** rediseños de oficinas/ centros de trabajo, red de cocinas fantasma locales.



Ejemplo:
Whole Foods Market

Los minoristas de Whole Foods Market crearon centros de cumplimiento oscuros locales convirtiendo las tiendas en centros de comercio electrónico y logística. Muchos minoristas servían sus negocios en línea desde sus supermercados existentes, pero estos nunca fueron diseñados adecuadamente para servir al comercio electrónico a escala. Necesitarán desarrollar unidades dedicadas para mantenerse al día con la demanda.

Economia de bajo contacto
Nuevos cambios

- **Los jugadores nativos digitales entran en los mercados tradicionales**

› Las empresas tradicionales deben vigilar a los jugadores digitales mientras giran bajo presión.

› **Oportunidades:** Ser proactivos y establecer asociaciones para construir nuevos productos juntos - la velocidad es crítica aquí.

- **Inmigración virtual**

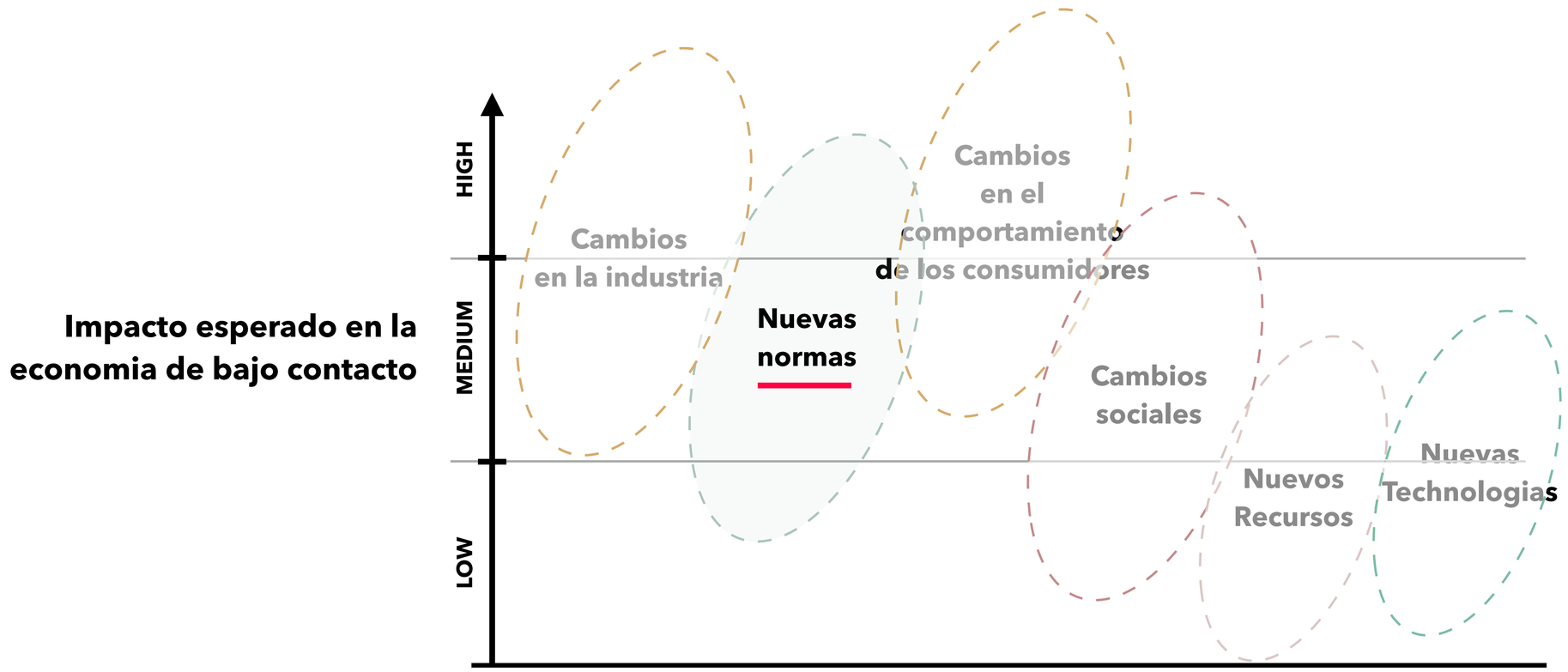
› Cuando más empresas pasan a modelos de negocio de acceso remoto, se crea una oportunidad para que los jugadores en el extranjero "emigren virtualmente" y entren en un mercado local.

› **Oportunidades**: Empresas inmobiliarias que operan a larga distancia compitiendo con los agentes locales tradicionales.

Ejemplo: Zalando

La Covid-19 golpeó severamente la industria de la moda, incluyendo a marcas de comercio electrónico como Zalando. Pero tienen muchos activos e infraestructura interna para moverse a verticales más lucrativos. Pero, ¿hacia dónde podría girar este jugador de la moda? ¿Salud, comida, entretenimiento, bienestar? El tiempo lo dirá.

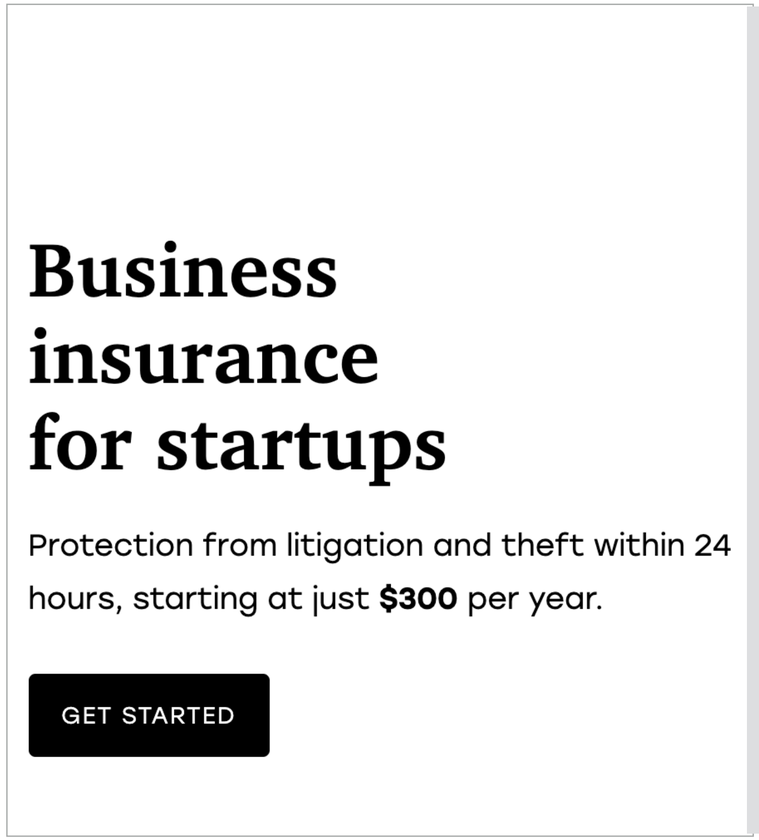
6 FACTORES CLAVE PARA ENCONTRAR NUEVAS OPORTUNIDADES



Ejemplos de espacios en blanco y oportunidades, desencadenados por diferentes cambios

Economia de bajo contacto
Nuevas normas

- **Las aseguradores tienen la clave para abrir los mercados**
- Cuando los médicos diagnostican y tratan a los pacientes a distancia, se crea todo un nuevo mercado, pero sólo si se actualizan las pólizas de seguro y los marcos legales de los gobiernos. Esto tiene el potencial de impulsar (o reiniciar) otros mercados a su vez - si las aseguradoras cubren el riesgo. Por ejemplo, ¿podrían ofrecer un seguro para los hoteles en caso de una segunda ola de infección?
- **Oportunidades**: Instrumentos de diagnóstico y vigilancia específicos para trabajadores sanitarios que se encuentran en lugares remotos, junto con servicios de seguimiento de datos y de intercambio de información para aprovechar los flujos administrativos de las aseguradoras (con especial atención a la gestión de los perfiles de riesgo).



Ejemplo: Vouch (Insurtech)

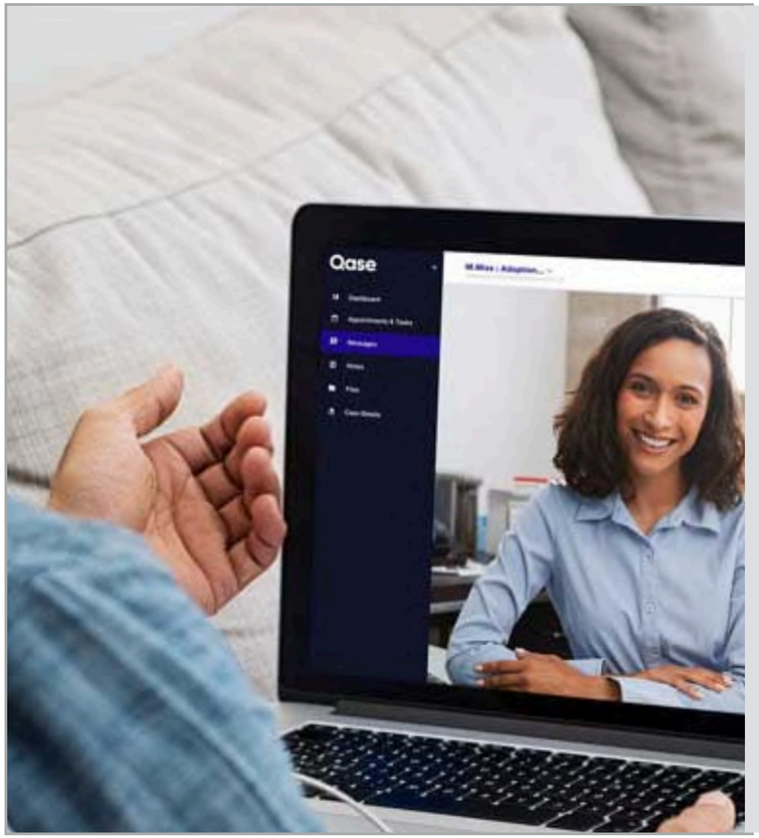
Vouch (nueva startup) quiere proporcionar paquetes de seguros dedicados para complementar los seguros existentes cuando se excluya la cobertura de la pandemia.

Economia de bajo contacto
Nuevas normas

- **Tribunales remotos e interrupción en la industria legal**

› En cuestión de semanas, se han introducido leyes para permitir la continuidad de nuestro sistema de justicia mientras se encuentra encerrado. Esta industria ocupó un lugar muy bajo en las tablas de clasificación de la transformación digital. Los beneficios de introducir herramientas remotas y digitales en esta área son enormes. Pero también lo son los desafíos relacionados con la autenticación, la justicia, la accesibilidad, la privacidad...

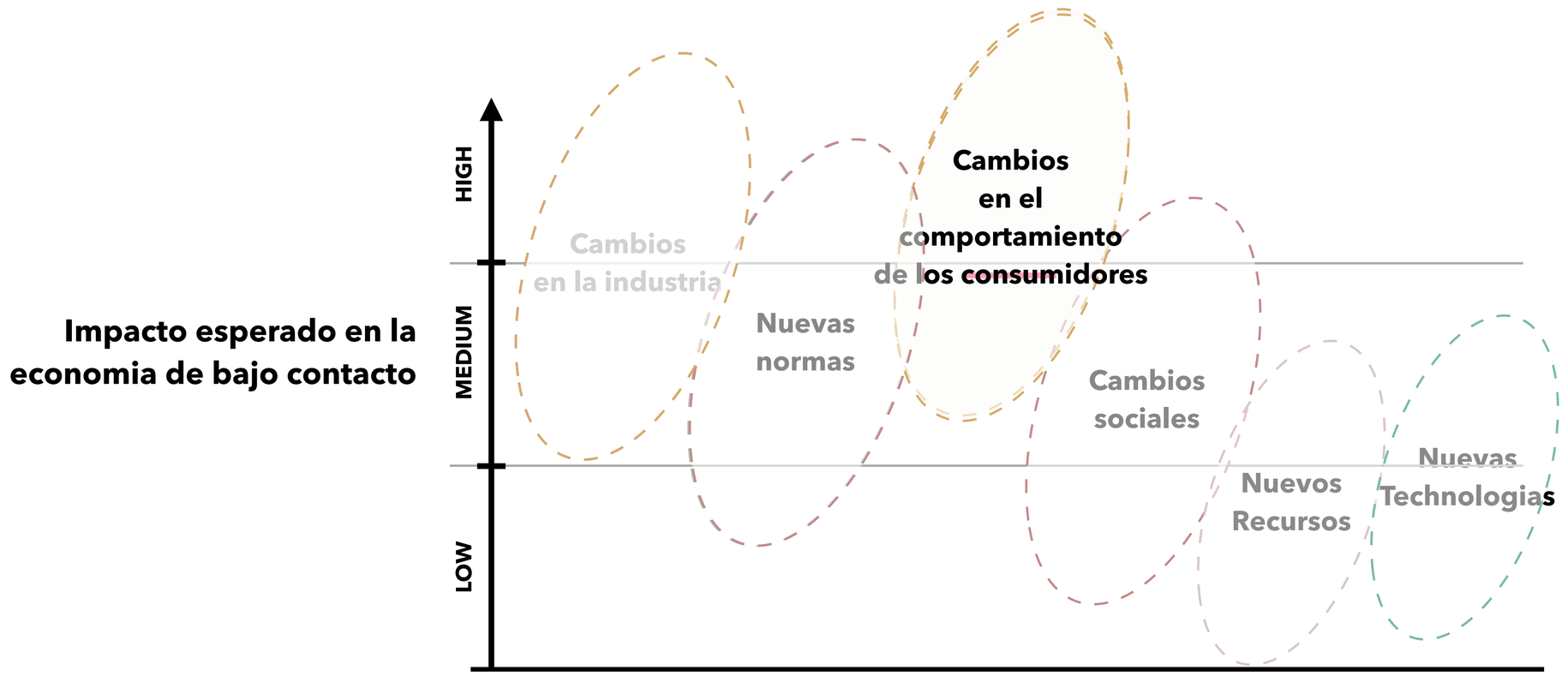
› **Oportunidades:** Desde herramientas para reducir el papeleo hasta servicios para asegurar las transacciones legales a través de la asistencia digital en tiempo real, las posibilidades son infinitas en este espacio. Desafortunadamente, el año que viene verá un enorme aumento de las disputas legales en torno a los contratos B2B, demandas, divorcios, etc. Será necesario ampliar los servicios jurídicos.



Ejemplo: Qase

Qase (permite consultar a los abogados a distancia) es una de las muchas nuevas empresas digitales que están perfectamente posicionadas para crecer cuando los tribunales se mueven en línea.

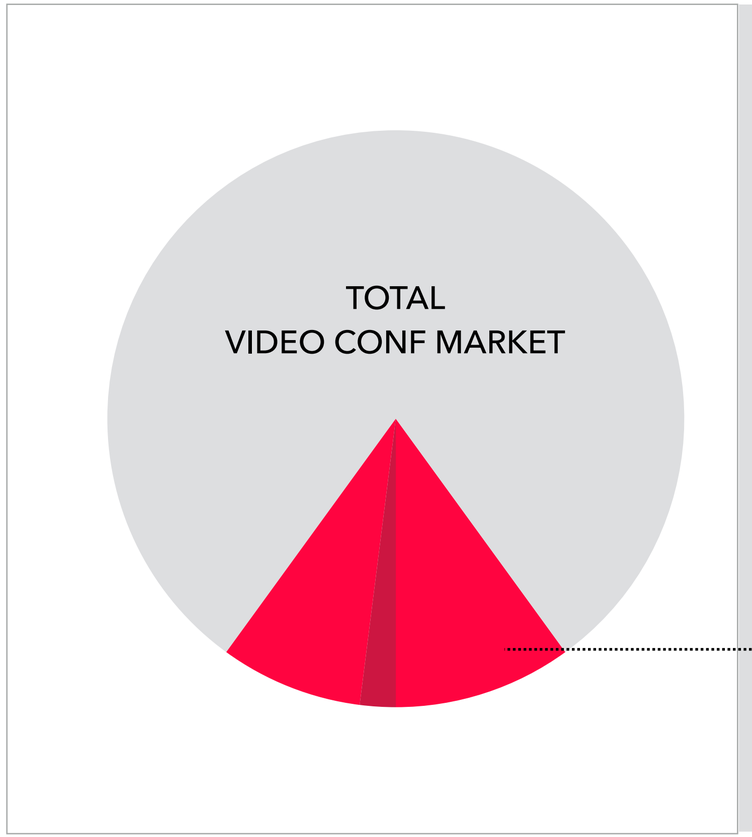
6 FACTORES CLAVE PARA ENCONTRAR NUEVAS OPORTUNIDADES



Ejemplos de espacios en blanco y oportunidades, desencadenados por diferentes cambios

Cambios en el comportamiento de los consumidores dentro de la Economía de Bajo Contacto

- **Reclama un nuevo vertical en una industria en crecimiento**
    - Cuando los consumidores cambian su comportamiento empiezan a usar nuevos productos y servicios. Una vez que un mercado se hace lo suficientemente grande, es fácil descubrir nichos desatendidos en ese espacio.
    - **Oportunidades:** Salud y bienestar en el hogar: deportes para niños en el hogar, programas de alquiler de equipos a corto plazo, cooperativas locales de vecindario, etc.
      - Once people have e-commerce is saturated, there will be room to offer more convenience (e.g. outsource return handling, bundling of deliveries, etc.)

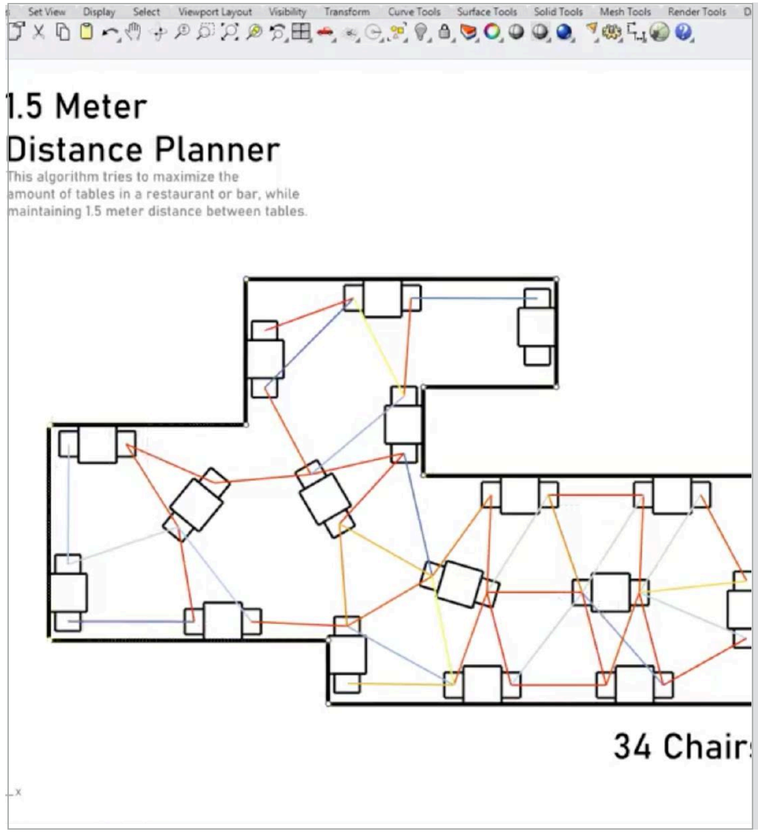


Ejemplo: Verticalization de Zoom

Mira la cuota de mercado de los grandes jugadores, y céntrate en los casos de uso que no están cubriendo bien. Reclama tu parte de ese nuevo mercado en crecimiento, por ejemplo, Zoom para citas, salud, etc.

Cambios en el comportamiento de los consumidores dentro de la Economía de Bajo Contacto

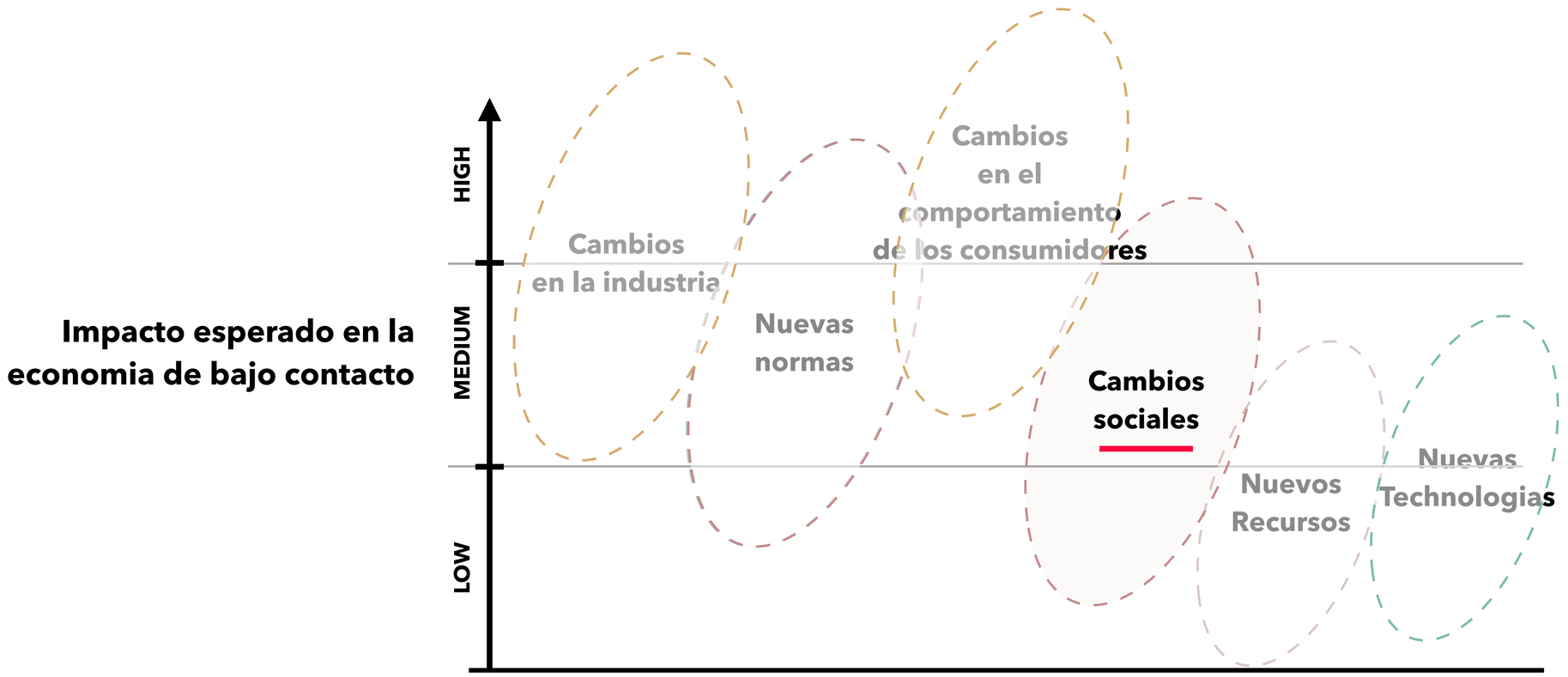
- **Palas y picos para los buscadores de oro**
- Durante la fiebre del oro, las empresas que suministran las herramientas para excavar son las que más dinero ganan. Miren las consecuencias de segundo orden de los cambios de comportamiento. No es necesario que ofrezcas un nuevo producto B2C por ti mismo - podrías concentrarte en las herramientas B2B para ayudar a aquellas compañías que ayudarán a los consumidores con necesidades emergentes.
- **Oportunidades:** Herramientas/servicios para ayudar a las empresas de eventos a establecer soluciones alternativas virtuales, para ayudar a las organizaciones de turismo a lanzar y escalar campañas de marketing hacia los turistas locales, servicios de grabación e informática para las universidades para crear programas a distancia, etc.



Ejemplo: Distance Seat planner

PlanFinder desarrolló una nueva herramienta y algoritmo para ayudar a los restaurantes y oficinas a rediseñar para maximizar el número de asientos, mientras se siguen estrictas restricciones de seguridad.

6 FACTORES CLAVE PARA ENCONTRAR NUEVAS OPORTUNIDADES



Ejemplos de espacios en blanco y oportunidades, desencadenados por diferentes cambios

Economia de bajo contacto
Cambios Sociales

- **Los espacios blancos relacionados principalmente con el dominio de la salud**
- La sociedad no cambia de la noche a la mañana (ni en un par de semanas). En Europa y en los Estados Unidos, la gente está aceptando poco a poco las mascarillas bucales y un seguimiento de la salud más invasivo. Sin embargo, fuera de este espacio, no esperamos un cambio significativo en la sociedad todavía. Pero manténgase atento a las posibles réplicas políticas que se produzcan más adelante este año.
- **Oportunidad:** El aumento del extremismo y la polarización en combinación con los problemas de salud ayudará a vender los servicios de protección. Los productos de protección y seguridad irán en aumento. Esto incluye los seguros, ya que la gente está más ansiosa.

Ejemplo Bebcare air purifier

Los consumidores acudirán en masa a los productos y servicios para proteger a sus familias, incluso si no están estrechamente vinculados a Covid-19. Desde vitaminas y suplementos hasta purificadores de aire móviles y camionetas para viajes sin interacción, las oportunidades son infinitas.

Economia de bajo contacto
Cambios Sociales

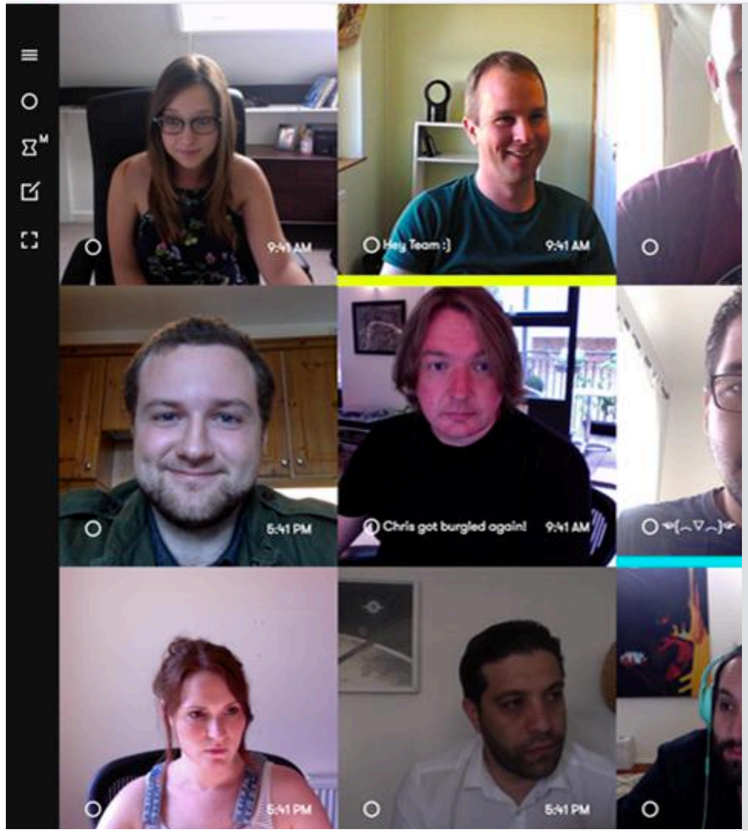
- **Paternidad invertida**
- Las personas mayores de 60 años se consideran extra vulnerables a contraer el virus. Al mismo tiempo, las generaciones mayores tienden a tener menos educación digital y, por lo tanto, más tendencia a creer y compartir información errónea en línea. En general, las generaciones mayores necesitan un apoyo adicional con servicios de tecnología de la información para participar en una sociedad a distancia.
- **Oportunidades:** Los jóvenes de 25 a 45 años necesitan herramientas/servicios que les ayuden a apoyar a las personas mayores en sus vidas (pueden ir más allá de la familia directa). Darle un codazo a las generaciones mayores puede no ser tan fácil como parece.
  - Muchas familias quieren volver a reunirse en grandes grupos, por lo que es necesario reinventar los servicios para bodas, fiestas, etc., para que las personas -en particular los ancianos- se sientan seguras cuando lo hagan.

Ejemplo: Candoo Tech

Ahora, más que nunca, las generaciones jóvenes necesitan mejores herramientas para ayudarles a apoyar a las generaciones mayores. Candoo Tech ofrece soporte técnico para personas mayores. Otras startups, como HONOR, están en el espacio perfecto para pivotar y servir esta área también.

Economia de bajo contacto
Cambios Sociales

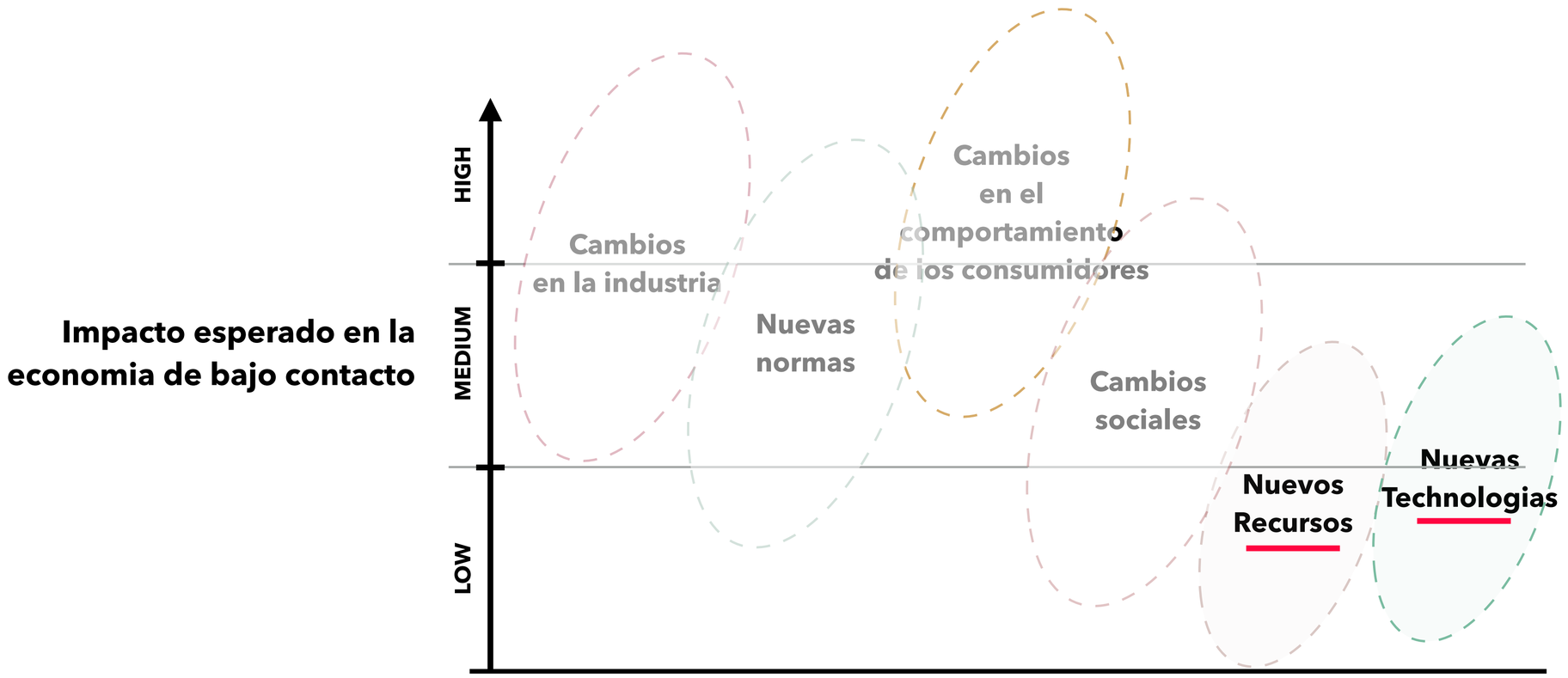
- **Amplia supervisión de la actividad**
- Incluso más allá del rastreo de salud/contactos, habrá un impulso para los productos que juegan con la actual erosión de la confianza.
- **Oportunidades:**
  - El aprendizaje a distancia (centros de formación y universidades) exigirá más herramientas para identificar y rastrear a los estudiantes para evitar el engaño.
  - Trabajar desde casa crea un impulso similar. Muchos empleadores quieren ver evidencia de las horas de trabajo, asistencia, etc.
  - En general, los consumidores quieren ver más transparencia en la cadena de suministro. ¿Quién ha interactuado con los productos que están usando? ¿Estos empleados estaban "seguros"?



Ejemplo: SNEEK

SNEEK es una herramienta de colaboración virtual que toma una instantánea cada dos minutos para que todos sepan quién está en su escritorio en casa. Aunque este es un ejemplo extremo, muchos otros participantes llegarán a este espacio para casos de uso específico.

6 FACTORES CLAVE PARA ENCONTRAR NUEVAS OPORTUNIDADES

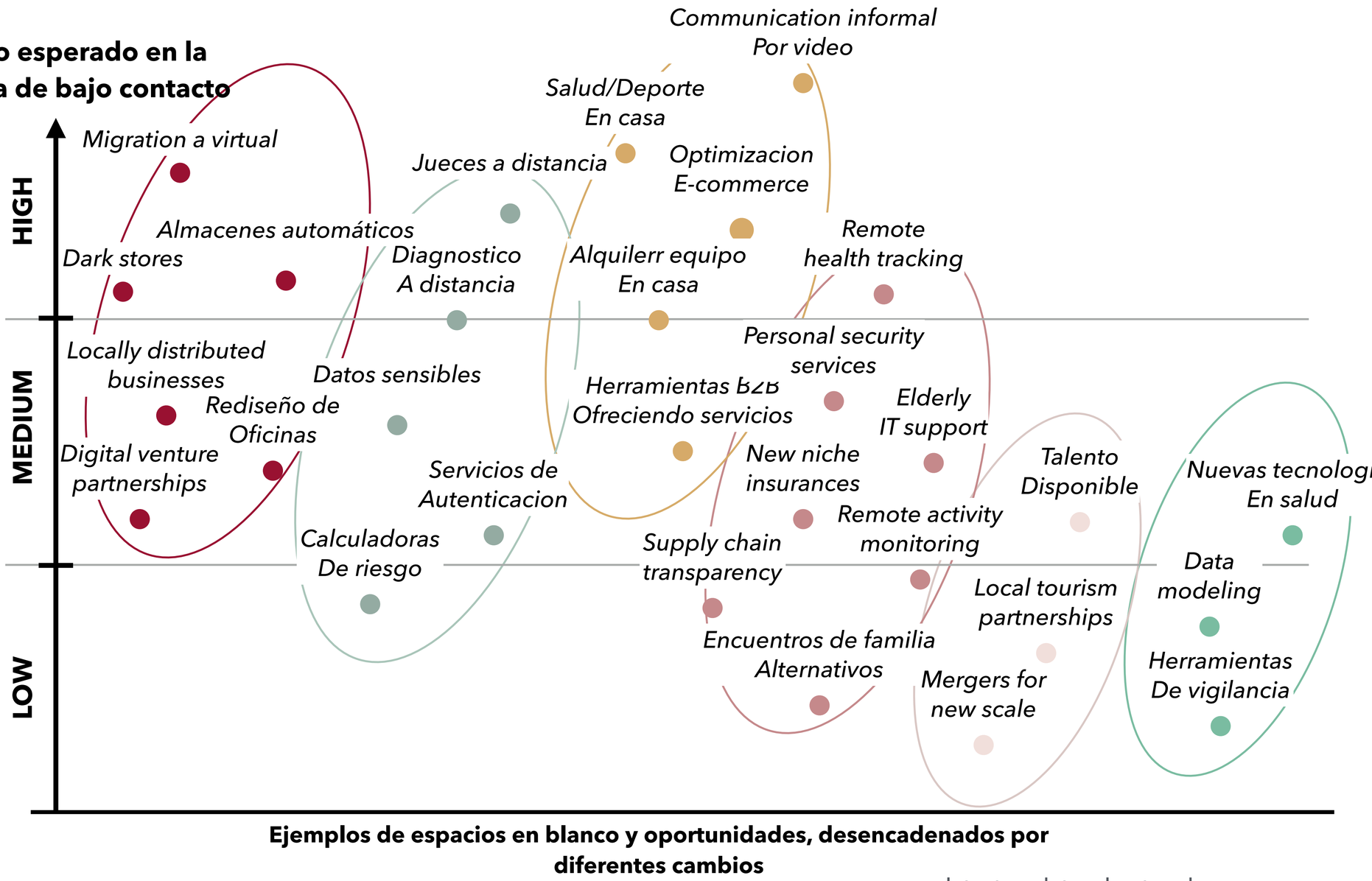


Ejemplos de espacios en blanco y oportunidades, desencadenados por diferentes cambios

Minimo impacto en la economia de bajo contacto

- **Nueva tecnología**
- Hasta ahora, la crisis sanitaria y sus réplicas no han alimentado una rápida aceleración del desarrollo de nuevas tecnologías (más allá de la tecnología sanitaria). Así que mientras la nueva tecnología puede ser un detonante para ayudarnos a descubrir los espacios blancos, no vemos la tecnología como el principal impulsor de los espacios blancos en esta crisis.
- Por supuesto, la rápida adopción de los servicios digitales en general continuará. Pero esto será debido a un cambio en el comportamiento de los consumidores, no porque se haya descubierto una nueva tecnología que abra nuevos mercados.
- **El acceso a nuevos recursos/activos**
- Si bien a nivel local algunas empresas se beneficiarán de una reorganización de las cadenas de suministro y de las nuevas redes de negocios, este cambio no será un factor clave para los espacios en blanco.

+30 Oportunidades en la economia de bajo contacto



6 factores para encontrar espacios

- Cambios en la Industria
- Nuevas normas
- Nuevos comportamientos
- Cambio Social
- Nuevos recursos
- Nuevas Tecnologías

latest updates: lowtoucheconomy.com

¿Más cambios y efectos de onda?

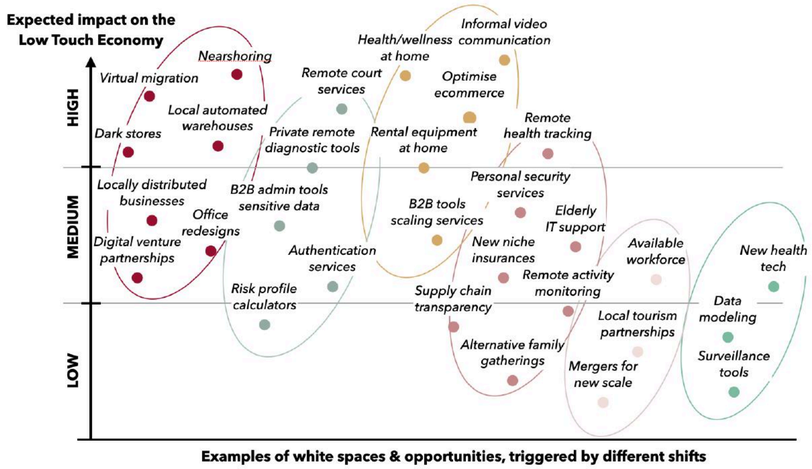
Colabora con nuestro mindmap
accede a través de lowtoucheconomy.com

Emparejar los cambios con las industrias para detectar los espacios en blanco (ejemplos)

EXAMPLE SHIFTS ▼	**MEDIA** *IMPACTO NEUTRO*	**BIENES RAÍCES** IMPACTO MINIMO	**CONSTRUCCIÓN** IMPACTO MINIMO	**AUTOMOTRIZ** SEVERAMENTE IMPACTADO	**HOSPITALIDAD** SEVERAMENTE IMPACTADO
Separación de clientes y empleados: Los grupos vulnerables son separados de otros grupos.	Vídeo/apoyo digital para que los grupos vulnerables participen en actividades sociales a través de plataformas virtuales.	Siempre se asignan los mismos clientes al mismo agente para evitar la mezcla de grupos.	Nuevos incentivos y regulación para los trabajadores migrantes que les permitan viajar, pero que permanezcan aislados de otras personas.	Pruebas de conducción restringidas, vehículos exclusivos para ciertos clientes. (simulación virtual parcial)	Contratar a las generaciones mayores como personal para atender sólo a los clientes mayores.
Control de multitudes de valor añadido: Lograr que resulte más atractivo para los clientes participar en la economía en grupos más pequeños.	Servicio de escaneo 3D para que los minoristas escaneen sus productos haciendo que una parte significativa del viaje regular del cliente pueda comenzar a distancia..	Edificios compartidos/públicos renovados para acomodar puntos de acceso o caminos para dirigir el flujo de visitantes con el fin de evitarse mutuamente.	Aumentar la paga de los contratistas generalistas, para que el mismo grupo de personas pueda hacer diferentes tareas.	Servicios de rastreo para crear tiempos de enfriamiento entre el uso de vehículos compartidos.	Los restaurantes se extienden a los edificios únicos cercanos (¡experiencia!) en el área para que la gente pueda comer con suficiente espacio entre ellos.
Modelos de servicios sin humanos: Los empleados que tienen contactos estrechos entre sí o con los clientes son una limitación y deben ser evitados.	Aumento de la tripulación de producción de 1 persona, apoyado remotamente.	Más entregas automáticas in situ entre edificios industriales y de oficinas. - se necesitan nuevas mejoras: puertas, carriles, punto de carga	Más opciones de construcción prefabricada y simplificada para limitar la interacción humana en el sitio.	Herramientas digitales para apoyar las inspecciones remotas y así evitar que los clientes tengan que visitar los garajes y centros de distribución.	Robococinas con experiencia en restaurantes de autoservicio
Teatro de la higiene: Procesos de limpieza excesivos, con especial atención a los efectos de comunicación/señalización.	Vídeos en directo de multitudes emitidos para alertar a la gente cuando no se respeta el distanciamiento físico.	Accesorios de aire acondicionado altamente visibles para desinfectar el flujo de aire.	Batas resistentes, máscaras y guantes diseñados para ser usados en obras de construcción.	Unidades móviles de desinfección en los aparcamientos para limpiar rápidamente los vehículos, las bicicletas,... después de su uso.	Lleve sus propios platos, utensilios y cubiertos a los restaurantes para evitar compartir

latest updates: lowtoucheconomy.com

Preparado para las oportunidades que ofrece la economía de bajo contacto



Monitoreamos la nueva normalidad y trazamos los posibles futuros de su organización.

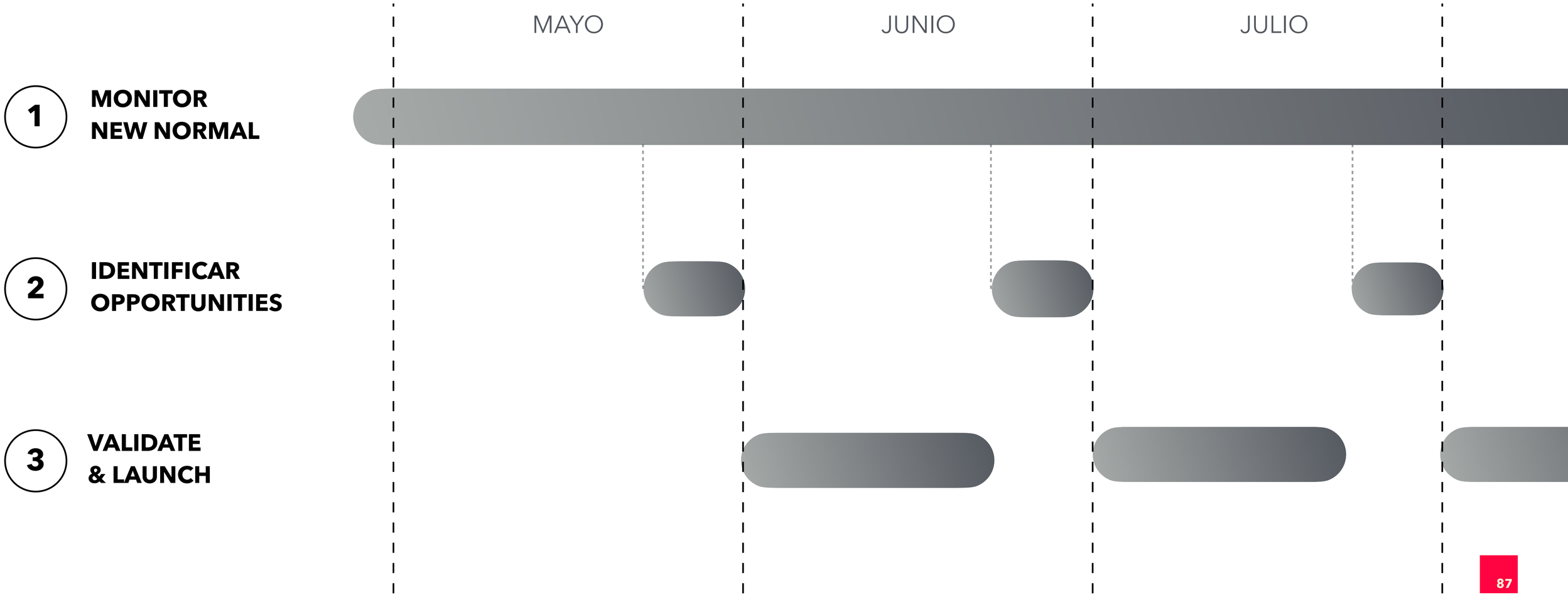
Vemos +30 oportunidades de espacio blanco para que actúes en la Economía del Toque Bajo.

Validamos y lanzamos nuevos productos y negocios a la velocidad de arranque.

Habla con un experto

Avanzar requiere un enfoque iterativo

Sugerimos realizar 3 actividades en paralelo e iterativas, para actuar a velocidad en un entorno de movimiento rápido.



latest updates: lowtoucheconomy.com

Covid will probably not go away quickly, but opportunities will.
Reach out to move ahead in the Low Touch Economy.

Vincent Pirenne
Partner & CEO Americas
vincent@boardofinnovation.com
Connect on LinkedIn

board of innovation

Board of Innovation is a global strategy and business design firm with office in NY, Amsterdam, Antwerp & Singapore

Read client cases Plan a sprint