

LOLA MULLENLOWE - MAYO 2020



MÁS ALLÁ DEL COVID

UN FUTURO INCIERTO



PRIMERA PAUSA PARA REFLEXIONAR

Empezamos por un hecho: el mundo cambiará.

Pero la forma en la que va a cambiar es una gran incertidumbre.

Aunque sea imposible predecir con certeza nuestra nueva realidad, podemos analizar las señales de cambio que se van dando a medida que avanza la crisis. De esta manera podremos entender los posibles cambios sociales y culturales que se darán tras el COVID-19.



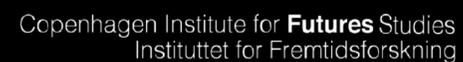
METODOLOGÍA

Fuentes y herramientas utilizadas para realizar el estudio.

1. Estudio cuantitativo utilizando una herramienta de MullenLowe: Scout



2. Desk research & análisis de datos de los principales reports de ámbito global.





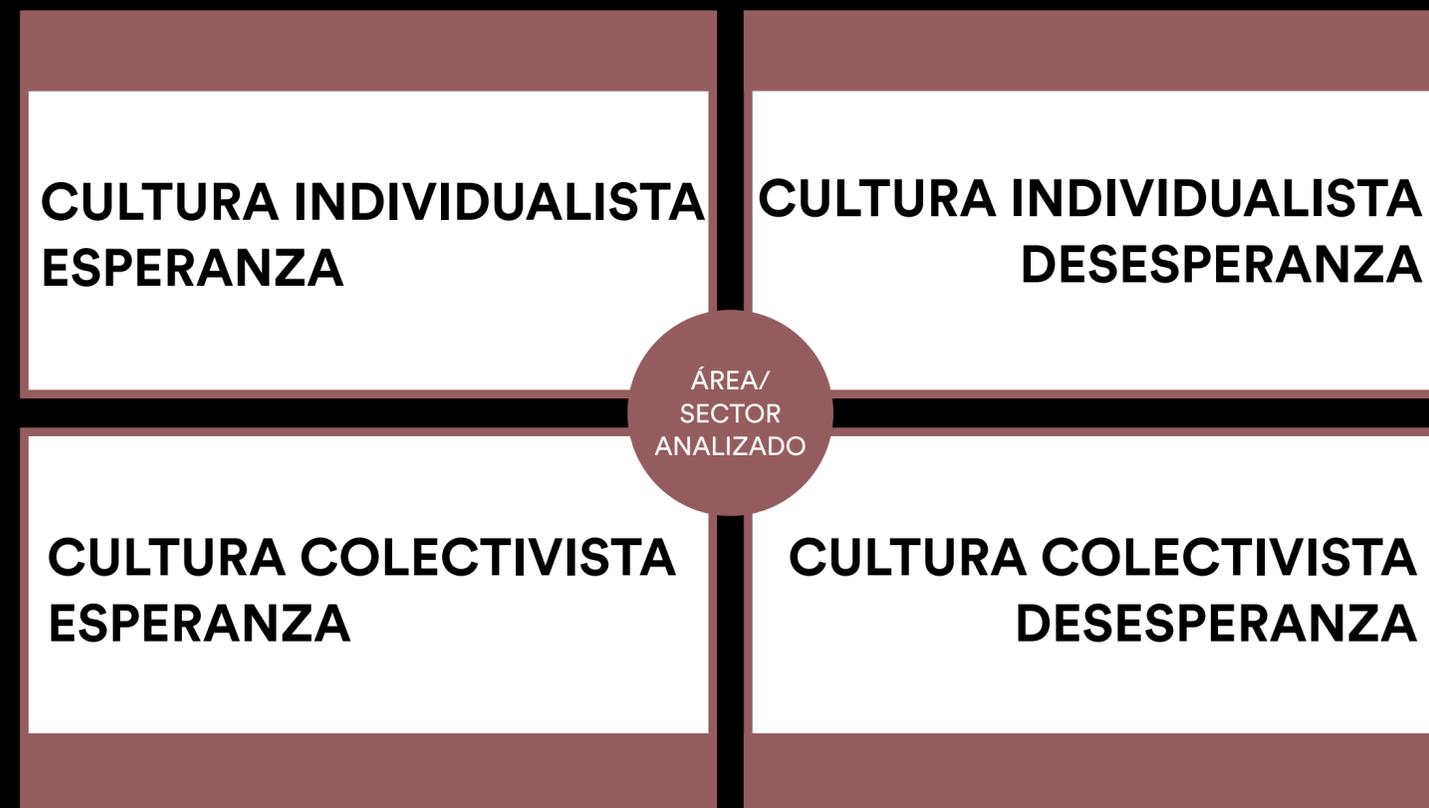
METODOLOGÍA

1. Para cada punto describiremos 4 posibles escenarios cruzando dos ejes: el eje cultural con estados emocionales hipotéticos.

- El eje cultural se centrará en los escenarios propios de culturas individualistas vs. culturas colectivistas
- El eje emocional, por su parte, se centrará en escenarios de esperanza vs. desesperanza

EJE CULTURAL

EJE EMOCIONAL





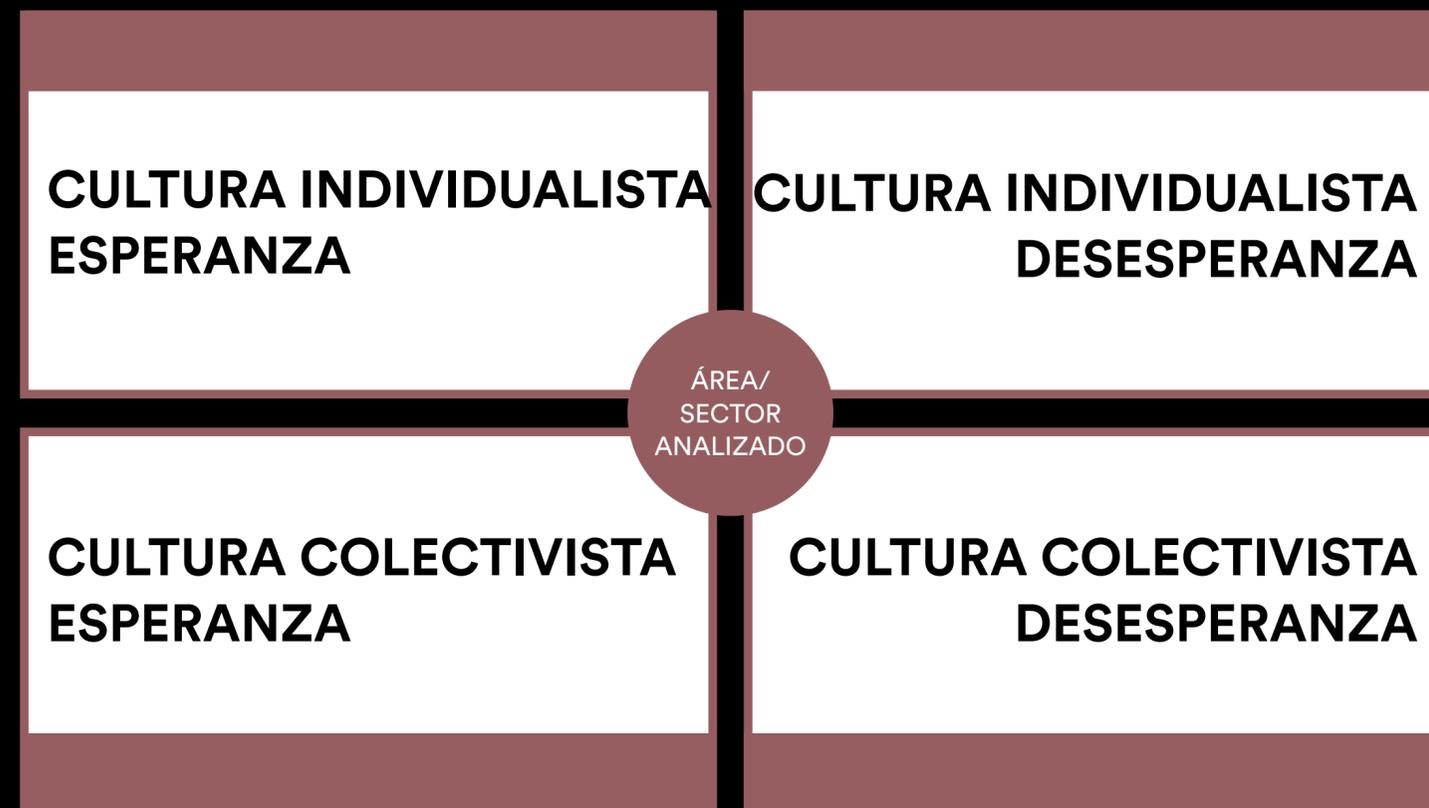
DESDE LA CULTURA INDIVIDUALISTA HASTA LA CULTURA COLECTIVISTA

La idea de centrarnos en diferentes culturas nace de comparaciones directas entre ellas, siendo esto un error, ya que sus naturalezas son completamente distintas.

Sin embargo, estamos asistiendo a un cambio de valores, lo que implica que ciertas personas que viven en sociedades individualistas pueden adoptar posturas más colectivistas y viceversa.

EJE CULTURAL

EJE EMOCIONAL





DESDE LA ESPERANZA HASTA LA DESESPERANZA

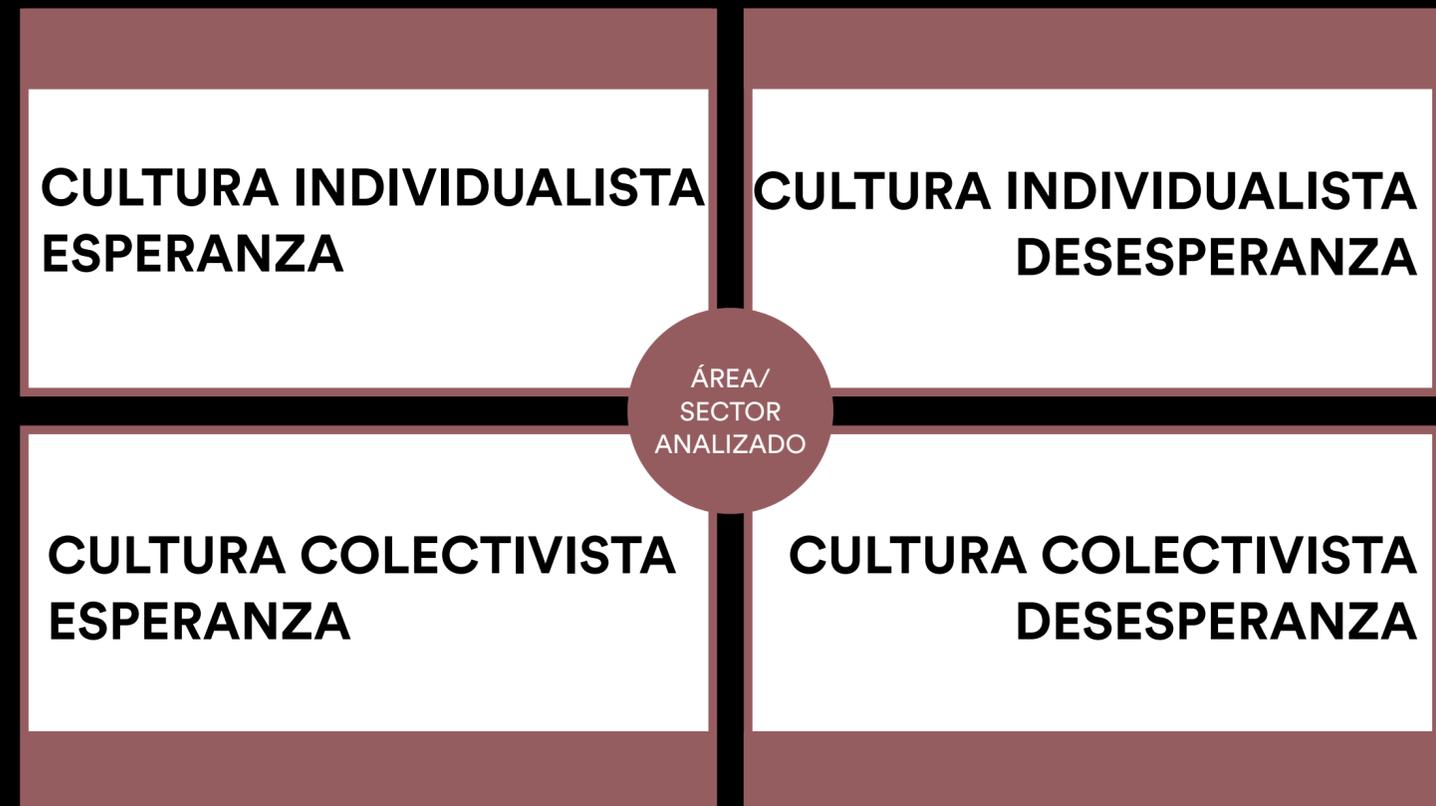
La llegada del COVID-19 generó un estado de shock y ansiedad en el mundo. El eje emocional nace de varios grados de intensificación de los diferentes estados de ánimo a lo largo de esta crisis:

Los escenarios de esperanza proyectarán cambios más atractivos y beneficiosos, gracias al progreso de la sociedad y las transformaciones en la industria.

Y los posibles escenarios de desesperanza, presentarán cambios alimentados por el miedo e incertidumbre, que traerán consigo consecuencias negativas tanto para las personas como para algunos sectores.

EJE CULTURAL

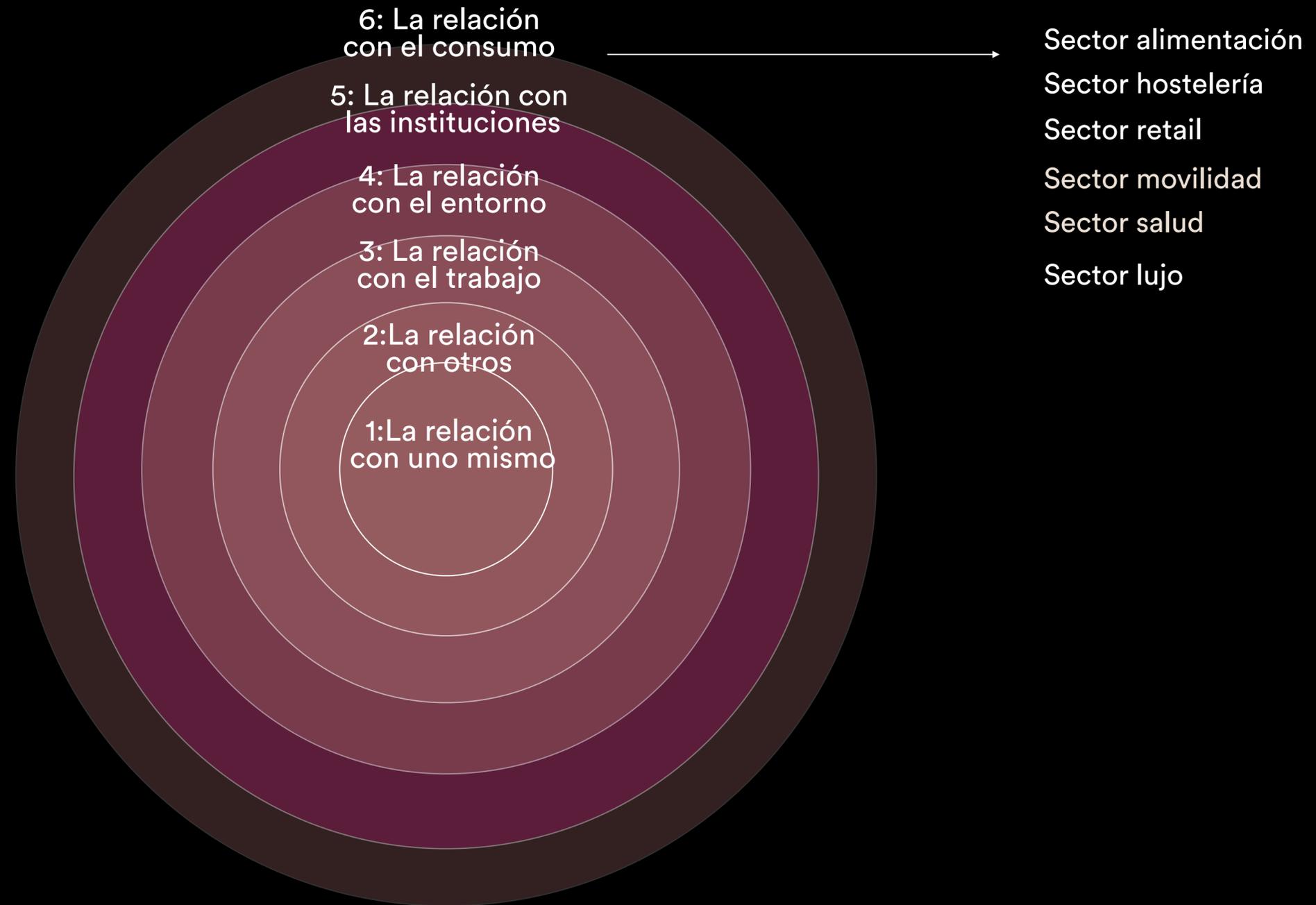
EJE EMOCIONAL





ÍNDICE

La intención de este report es analizar los diferentes escenarios desde la relación con uno mismo, hasta la relación con el consumo y la repercusión en los diferentes sectores.



LOLA MULLENLOWE - MAYO 2020



LA RELACIÓN CON UNO MISMO



¿QUÉ EFECTO TENDRÁ EL AISLAMIENTO A LA RELACIÓN CON UNO MISMO?

Estamos en la fase de mitigación y se ha aconsejado a todo el mundo que limite su contacto social. Ese distanciamiento social es un proceso muy estresante y puede generar una respuesta psicológica desde aburrimiento o frustración hasta incluso, depresión o estrés crónico.

Por eso es muy importante dedicar tiempo a cuidar de uno mismo y saber reconocer bien sus propias necesidades. La capacidad de comunicarse con amigos y familiares es también muy importante para encontrar el apoyo emocional. Por último reforzar que la cuarentena ayudará a mantener a los demás a salvo puede hacer que soportar una situación estresante sea más fácil de sobrellevar.

¿Pero cómo cambiará nuestra relación con uno mismo después del confinamiento?



RECONECTAR CON MIS PROPIAS NECESIDADES

CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA

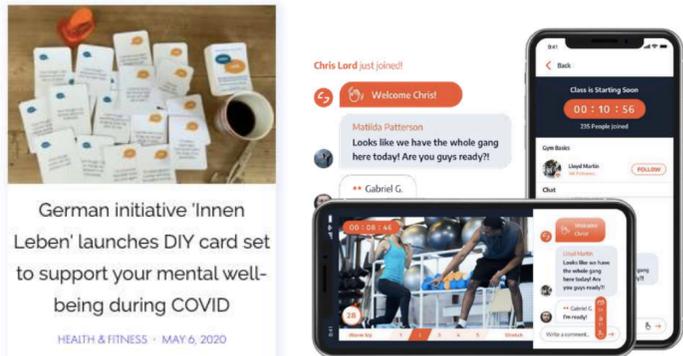
Éxito del yoga de confinamiento

El caso de la barcelonesa María Aurell, quien ha podido conectar a 6.000 personas durante la cuarentena para ejercitarse juntos, demuestra los valores de esta práctica



El 73% pensará más en su propio bienestar a raíz de la cuarentena.

How To Boost Mindfulness During The Coronavirus Outbreak



German initiative 'Innen Leben' launches DIY card set to support your mental well-being during COVID

HEALTH & FITNESS · MAY 6, 2020

Aumenta la demanda de terapia online en tiempos de coronavirus

Dependiendo de como uno afronte esta situación de incertidumbre y dificultad, podría incluso, llegar a tener un impacto positivo en la vida de las personas.

El 25% de los españoles afirma que gracias a la cuarentena tiene más tiempo y puede reconocer mejor sus necesidades. Empezar con actividades de mindfulness o simplemente tratar este tiempo como el reto personal, puede permitir a algunas personas encontrar nuevas formas de entender sus necesidades o emociones lo que recogerá frutos a largo plazo.

El 73% pensará más en su propio bienestar a raíz de la cuarentena. Podemos suponer que para los afortunados este tiempo en casa garantizará una fortaleza y madurez emocional.



El 43% de la gente afirma que una vez acabada la cuarentena, saboreará más cada momento.

A lo largo del confinamiento podemos identificar varias señales indicando que habrá una parte de la sociedad, centrada en satisfacer sus propias necesidades, que hará caer en una vorágine de consumo. Darán rienda suelta a un placer sin límites para poder recuperar todas las actividades que no han podido realizar a lo largo de la crisis. Para hacer esto, el 40% afirma que a raíz de esta crisis gastará más dinero en ocio y diversión.

Para los que no verán la barrera en la ansiedad o en el miedo, empezará una época de una vida sin límites, pensando solo en el presente.

Fuente: Research LOLA/PsychologyToday/ Lancet/ E&Y

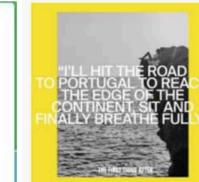
LIVIN' LA VIDA LOCA

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA

Hibernate and spend

11% of consumers

Most concerned about the pandemic. But best positioned to deal with it. Optimistic for the future. Spending more across the board.



Pandemia de coronavirus

Calles y transportes abarrotados en el primer día de desconfinamiento en Francia

Back with a bang

9% of consumers

Younger and in work. Spending much more in all categories. Their daily lives were most disrupted. Now they're the most optimistic.



El 43% de la gente afirma que una vez acabada la cuarentena, saboreará más cada momento.



ENCONTRAR EL APOYO MUTUO

La clave para mantener nuestra salud psicológica es mantener rutinas constantes y encontrar maneras creativas de conectarnos con los demás. Para el 17% tener el apoyo emocional de otros les ayuda a pasar mejor el confinamiento.

Tener el apoyo recíproco es la tarea más importante hasta que acabe la crisis, pero también un paso esencial para restablecer los vínculos emocionales una vez esto acabe. El 72% tratará de ser mejor persona para poder ayudar a los demás.

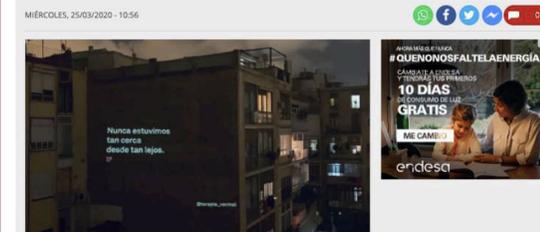
Los que sobreponen el bienestar de los demás sobre el suyo, a raíz de las iniciativas solidarias empezadas durante la cuarentena, crearán nuevas formas de apoyo, ayudando también a las comunidades más vulnerables. El 30% de la gente afirma que una vez acabado el confinamiento se unirá a algún voluntariado o trabajo solidario.

'Ya que vas': la iniciativa solidaria para ayudar a tus vecinos mayores durante la cuarentena

Earl of East launches Scents of Normality candle collection transporting us to the places we miss most.
HOME & GARDEN - MAY 12, 2020

Avalancha de iniciativas para animar el confinamiento

Estos días han surgido multitud de propuestas culturales, formativas y solidarias para ayudar a los más vulnerables y mantener la mente activa durante los días de encierro en casa



El 72% tratará de ser mejor persona para poder ayudar a los demás.



Guatemalan initiative Love in a Box provides boxes containing food and hygiene products to support vulnerable families

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA



Puede que el confinamiento ponga a prueba nuestras relaciones. Una situación agobiante pero, también, una oportunidad de pasar un difícil examen familiar. Sentirnos como parte de una comunidad hará que valoremos más que nunca la importancia de cuidarlo.

Aunque nos preocuparemos por el bien común, nos enfocaremos solo al colectivo más cercano como nuestra familia, pareja o amigos.

Estaremos más dispuestos a ejercer más y mejor nuestra responsabilidad individual para el bien común, centraremos nuestra actividad familiar en el hogar para no poner en riesgo a nadie de nuestro círculo más cercano. Se cultivará más autocontrol para eliminar tensiones innecesarias y no cultivar el miedo.

Fuente: Research LOLA/PsychologyToday/ Lancet/ E&Y

ENCERRADOS DENTRO DE LA PROPIA COMUNIDAD

#b La falta de anclajes genera volatilidad y polarización

Coronavirus (COVID-19): physical distancing and family wellbeing

Los niños del Covid: el trauma familiar que la economía y los datos no nos dejan ver

Coronavirus: Italians sing from their windows to boost morale
A nationwide lockdown due to coronavirus has not stopped Italians from bursting into morale-boosting song in a nationwide flashmob event.
People in Italy can currently only move around for reasons of work, health needs or emergencies.
5h ago
f t e Share

they aren't going to be kept down by coronavirus.

YO SO
PSARA
YO ME QUEDO
EN CASA

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

RECONECTAR CON MIS PROPIAS NECESIDADES

Éxito del yoga de confinamiento

El caso de la barcelonesa María Aurell, quien ha podido conectar a 6.000 personas durante la cuarentena para ejercitarse juntos, demuestra los valores de esta práctica



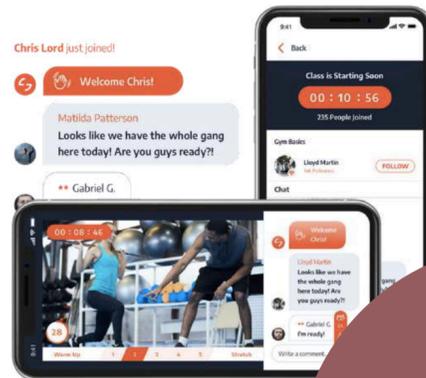
Aumenta la demanda de terapia online en tiempos de coronavirus

El 73% pensará más en su propio bienestar a raíz de la cuarentena.



German initiative 'Innen Leben' launches DIY card set to support your mental well-being during COVID

How To Boost Mindfulness During The Coronavirus Outbreak



La relación con uno mismo

LIVIN' LA VIDA LOCA

Hibernate and spend

11% of consumers

Most concerned about the pandemic. But best positioned to deal with it. Optimistic for the future. Spending more across the board.



Calles y transportes abarrotados en el primer día de desconfinamiento en Francia

Back with a bang

9% of consumers

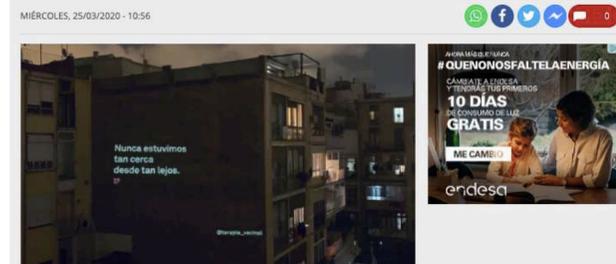
Younger and in work. Spending much more in all categories. Their daily lives were most disrupted. Now they're the most optimistic.

El 43% de la gente afirma que una vez acabada la cuarentena, saboreará más cada momento.

'Ya que vas': la iniciativa solidaria para ayudar a tus vecinos mayores durante la cuarentena

Avalancha de iniciativas para animar el confinamiento

Estos días han surgido multitud de propuestas culturales, formativas y solidarias para ayudar a los más vulnerables y mantener la mente activa durante los días de encierro en casa



El 72% tratará de ser mejor persona para poder ayudar a los demás.



Earl of East launches Scents of Normalcy candle collection transporting us to the places we miss most

HOMES & GARDEN · MAY 12, 2020



Guatemalan initiative Love in a Box provides boxes containing food and hygiene products to support vulnerable families

ENCONTRAR EL APOYO MUTUO

#b La falta de anclajes genera volatilidad y polarización



they aren't going to be kept down by coronavirus.

Coronavirus: Italians sing from their windows to boost morale

A countrywide lockdown due to coronavirus has not stopped Italians from bursting into morale-boosting song in a nationwide flashmob event.

People in Italy can currently only move around for reasons of work, health needs or emergencies.

5h ago

Share

Coronavirus (COVID-19): physical distancing and family wellbeing

Los niños del Covid: el trauma familiar que la economía y los datos no nos dejan ver



ENCERRADOS DENTRO DE LA PROPIA COMUNIDAD



LA RELACIÓN CON OTROS





¿QUÉ EFECTO TENDRÁ EL AISLAMIENTO A LA RELACIÓN CON OTROS?

La crisis del COVID-19 puede definitivamente cambiar la forma de relacionarse con los demás.

Durante el confinamiento, la gran mayoría de la población se dará cuenta de la importancia de la relación con otras personas: tanto de su impacto positivo como negativo.

Durante la cuarentena el contacto con otros ayuda a pasarla de forma más amena. El 54% sustituye el contacto físico con las videollamada. Ya sea por las restricciones oficiales, miedo o ansiedad, el contacto físico se verá sustituido o acompañado por el contacto virtual.



CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA

Snapchat AR lens to help people with social distancing

STAY BACK. SAVE LIVES.

Safety wins over privacy

53%

Percentage of consumers in our Index that would make their personal data available if it helped to monitor and track an infection cluster.

tiendeo

superSol
Calle Galileo, 26, 28015 Madrid

Espera estimada:

Gente en la cola:

añade la info

Estimación basada en datos históricos.

¿Estás en este super? Informa aquí sobre el estado

Ver folleto Ver tienda online

COVID-19 - Horarios Especiales

#YoMeQuedoEnCasa

Horarios de tiendas y compra online para supermercados y electrónica actualizados cada día.

CAMBIAR LA PRIVACIDAD POR EL BIENESTAR

Una de las actividades que podría mejorar el control de nuestro bienestar es la compartición de nuestra privacidad con los demás. Voluntariamente estaremos dispuestos a poner a disposición de otros nuestra ubicación las 24h del día, así como nuestro estado de salud: síntomas, temperatura corporal, entre otros.

El objetivo inmediato puede ser noble: facilitar la monitorización del virus o la reducción de los posibles riesgos nos permite saber dónde hay una persona potencialmente contagiosa para advertir a otros ciudadanos y protegernos a nosotros mismos.

Fuente: Research LOLA/PsychologyToday/ Lancet / BBC



El miedo al contagio que estamos viviendo ahora de forma tan intensa tendrá un impacto en nuestras reacciones emocionales en el futuro. Eso afectará a nuestro comportamiento, sobre todo en la aplicación de las normas, de entender la privacidad y de expresar nuestras emociones.

El distanciamiento social suele ser instintivo cuando hay una amenaza de enfermedad. Poniendo nuestro bienestar en el primer plano, pensaremos en los demás como enemigo, lo que nos dificultará establecer nuevas relaciones o creará cierto distanciamiento con otras personas. Los que se dejen llevar por el miedo tendrán que asumir cambios en las relaciones con los demás.

Fuente: Research LOLA/PsychologyToday/ Lancet / BBC

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA

Coronavirus: cómo el miedo a la enfermedad covid-19 está cambiando nuestra psicología

Redacción
BBC News Mundo

Coronavirus hoaxes spread fear of Madrileños in southern Spain

Local mayors have had to refute fake messages warning villagers that ill families from the capital have arrived in town to get away from the center of the epidemic

They show up here, thinking this is a virus-free zone because we are in the middle of the mountains

”

Coronavirus Anxiety: Coping with Stress, Fear, and Worry

Fears about COVID-19 can take an emotional toll, especially if you're already living with an anxiety disorder. But you're not powerless. These tips can help you get through this stressful time.



“

El miedo al contagio nos hace más conformistas y menos receptivos a la excentricidad. Nuestros juicios morales se vuelven más estrictos y las actitudes sexuales, más conservadoras”

David Robson

escritor científico especializado en el funcionamiento del cerebro, el cuerpo y el comportamiento humano.

Getty

RELACIONES RESTRINGIDAS POR EL MIEDO



ACABAR CON LAS DIFERENCIAS

Meet the everyday heroes of the pandemic

Coronavirus
La ONU pide "inmunidad" contra el "virus del odio" desarrollado con la pandemia del coronavirus

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA

Esta crisis hizo que la humanidad se enfrentase al mismo enemigo.

A raíz de la pandemia nos daremos cuenta de que cuando se trata de la salud todos somos iguales y todos somos vulnerables.

Todas aquellas personas que no han sido directamente afectadas por la pandemia, pero se quedaron en casa sin ningún tipo de rencor, se volverán más empáticas. Como consecuencia, estamos viendo muestras de apoyo y solidaridad constante tanto con conocidos como con desconocidos.

Eso nos hará sentirnos más unidos que nunca: disminuirán las tensiones entre gobiernos, entre empresas competidoras y entre comunidades.

La discriminación y estereotipos podrán disminuirse, teniendo en cuenta que nos tocó a todos vivir lo mismo, ya que el virus no entiende de razas, géneros, ni clases sociales.



El brote de la pandemia ha generado mucho miedo, y el miedo es un ingrediente clave para que prosperen el racismo y la xenofobia. Las personas tienden a buscar siempre un culpable dentro de un grupo social antagónico. En estas situaciones políticas y sociales, las respuestas discriminatorias afectarán desproporcionadamente a los grupos marginados.

Aunque el virus tenga la capacidad de afectar a cualquier persona, las respuestas políticas de COVID-19 han afectado desproporcionadamente a las personas de color y a los inmigrantes los cuales tienen un acceso limitado a la atención médica o trabajan en trabajos precarios.

Nuestros juicios morales y actitudes sociales más conservadoras se volverán más estrictas cuando consideramos temas como la inmigración o la libertad de igualdad sexual.

Fuente: Research LOLA/PsychologyToday/ Lancet / BBC

AGRANDANDO LAS DIFERENCIAS

Covid-19 Fueling Anti-Asian Racism and Xenophobia Worldwide
National Action Plans Needed to Counter Intolerance

La Embajada de China critica la discriminación a su población en España: "A nuestros hijos les llaman coronavirus"

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

In this screenshot, a man helps a shop owner pick up a display stand after a group of teenagers vandalize the store in Chinatown San Francisco on March 16, 2020. © 2020 CrimesAgainstAsians/Facebook

CAMBIAR LA PRIVACIDAD POR EL BIENESTAR

Snapchat AR lens to help people with social distancing



Safety wins over privacy



53%

Percentage of consumers in our Index that would make their personal data available if it helped to monitor and track an infection cluster.

#YoMeQuedoEnCasa

Horarios de tiendas y compra online para supermercados y electrónica actualizados cada día.

La relación con otros

RELACIONES RESTRINGIDAS POR EL MIEDO

Coronavirus: cómo el miedo a la enfermedad covid-19 está cambiando nuestra psicología

Redacción
BBC News Mundo

Coronavirus hoaxes spread fear of Madrileños in southern Spain

Local mayors have had to refute fake messages warning villagers that ill families from the capital have arrived in town to get away from the center of the epidemic

They show up here, thinking this is a virus-free zone because we are in the middle of the mountains

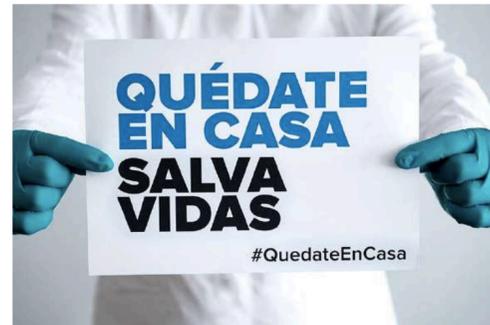
Coronavirus Anxiety: Coping with Stress, Fear, and Worry

Fears about COVID-19 can take an emotional toll, especially if you're already living with an anxiety disorder. But you're not powerless. These tips can help you get through this stressful time.



“ El miedo al contagio nos hace más conformistas y menos receptivos a la excentricidad. Nuestros juicios morales se vuelven más estrictos y las actitudes sexuales, más coservadoras”

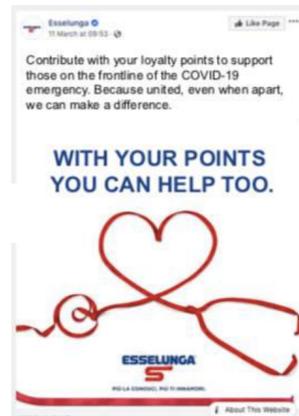
David Robson
escritor científico especializado en el funcionamiento del cerebro, el cuerpo y el comportamiento humano.



SET ASIDE YOUR DIFFERENCES

Meet the everyday heroes of the pandemic

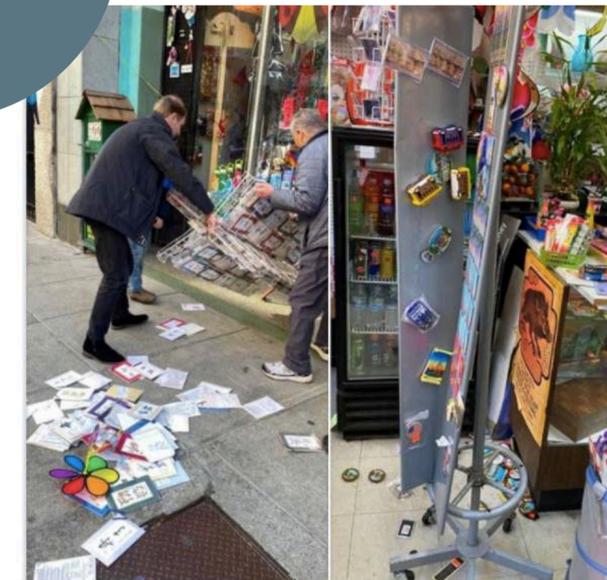
Coronavirus
La ONU pide "inmunidad" contra el "virus del odio" desarrollado con la pandemia del coronavirus



ACABAR CON LAS DIFERENCIAS

Covid-19 Fueling Anti-Asian Racism and Xenophobia Worldwide

National Action Plans Needed to Counter Intolerance



In this screenshot, a man helps a shop owner pick up a display stand after a group of teenagers vandalize the store in Chinatown San Francisco on March 16, 2020. © 2020 CrimesAgainstAsians/Facebook



La Embajada de China critica la discriminación a su población en España: "A nuestros hijos les llaman coronavirus"

AGRANDANDO LAS DIFERENCIAS



LA RELACIÓN CON EL TRABAJO



EL INESPERADO CAMBIO DE LOS MODELOS DE TRABAJO

Alrededor de la mitad de la población mundial está encerrada en un intento de detener la propagación del COVID-19, una emergencia de salud pública que se ha cobrado miles de vidas y ha generado temores de la peor recesión mundial desde la Gran Depresión. Esto ha tenido un profundo impacto en el entorno de trabajo.

Las empresas reflexionarán sobre lo que han aprendido del experimento obligatorio en torno al teletrabajo. Eso podría significar rediseñar trabajos para hacerlos más significativos y motivadores, tratar de construir culturas de creatividad y generosidad en equipos, o incluso tratar de hacer que organizaciones enteras sean más productivas.



CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA

Flexible work arrangements

Covid-19: Work-life balance and remote working as a measure of work effectiveness

The importance of internal communication and transparency

Work-life balance and remote working as a tool for work effectiveness



El 40% de los trabajadores se sienten más seguros para tomar decisiones cuando teletrabajan



"This is a time when managers need to be flexible and compassionate, and to give people the freedom to make choices about when they work, how they work, where they work and with whom they work."

Adam Grant

Saul P. Steinberg Professor of Management and Psychology, Wharton School, University of Pennsylvania

WORK-LIFE BALANCE

What Will Work-Life Balance Look Like After the Pandemic?

GANAR MÁS FLEXIBILIDAD Y CONFIANZA

Antes, muchas empresas se han resistido a implementar el sistema de trabajo en remoto, pero debido al confinamiento muchas de ellas se han visto obligadas a implementarlo.

El 58% de los Millennials cree que su empresa ya está lista para implementar el teletrabajo para siempre. El coronavirus aceleró su normalización y puede convertirse en el punto de inflexión a la hora de tomar medidas de conciliación laboral. Empezarán a cambiar las cuestiones relacionadas con la flexibilidad, los objetivos en base a resultados, y la confianza en el empleado como responsable de su tiempo.

Y como resultado tendremos más flexibilidad para establecer un mejor equilibrio de vida personal y profesional.

Fuente: 40dB/ Ministerio de Trabajo / Edelman/ Trendwatching/ Global Web Index



Ante la inestabilidad o una crisis económica los trabajos que más rápido se eliminan son trabajos temporales. Más del 60% de los 900.000 empleos destruidos en la última quincena de marzo fueron contratos de este tipo.

Las consecuencias de esta crisis pueden manifestarse más para el grupo de los trabajadores más vulnerables, cuya contratación dependía de los sectores del turismo o hostelería.

Esta crisis cambiará definitivamente el rol de trabajos temporales. Veremos un cambio de paradigma, donde las empresas firmaran acuerdos para poder intercambiar empleados según la demanda, asegurando así el empleo sin tener que depender de los cambios en el sector.

Fuente: 40dB/ Ministerio de Trabajo / Edelman/ Trendwatching

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA

RETAILERS

Aldi, McDonald's Make Staff-Sharing Deal in Germany

First-of-its-kind partnership will immediately redeploy interested McDonald's workers at Aldi stores

By *Jon Springer* on Mar. 23, 2020



Los trabajadores precarios, empujados al límite por el Covid-19

Working to feed the nation

To our customers,

We know that many of you are worried about the spread of coronavirus. Covid-19. We want to be sure that you know that we are doing everything we can so that you and your families have the food and essentials you need.

We are working closely with the Government and our suppliers to keep food moving quickly through the system and making more deliveries to our stores to ensure our shelves are stocked. Those of us with online delivery and click and collect services are working them at full capacity to help you get the products you need when you need them.

We thank all our colleagues in stores and supply chains who are working day and night to keep the nation fed.

But we need your help too.

We would ask everyone to be considerate in the way they shop. We understand your concerns but buying more than is needed can sometimes mean that others will be left without. There is enough for everyone if we all work together.

Together we can make sure we are looking out for family, friends, neighbours. Together we will care for those around us and those who are elderly, vulnerable or otherwise at home.

We are doing all we can to rise to this challenge. Thank you and keep you and everyone who works with us safe. We'll always be on hand.





DAR MÁS VALOR AL BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES

El cambio de las dinámicas de trabajo no solo afectan a la parte administrativa de las empresas, también al bienestar de los trabajadores. Desempeñar sus obligaciones en el nuevo contexto supone el mayor esfuerzo mental. Además, las empresas están viendo la importancia del compromiso y la motivación de los empleados.

Para poder garantizar la estabilidad emocional de sus trabajadores, las empresas se verán obligadas a considerar el bienestar de manera más integral, en términos no solo físicos, sino también mentales y emocionales. Es probable que se implementarán más medidas a la cultura corporativa: cómo pueden ser los centros de bienestar, salas de meditaciones entre otros.

Y así generando el apoyo mutuo, las empresas se enfrentarán a las adversidades con una comunidad de trabajadores comprometidos.

Fuente: 40dB/ Ministerio de Trabajo / Edelman/ Trendwatching

The collage features three posters:

- Left poster:** Titled "Tech giants will keep paying hourly staff even if they are asked to stay home due to coronavirus". It lists Amazon, Apple, Google, Facebook, Microsoft, and Twitter. Below the text is a photo of a person at a desk with a sign that says "take a deep breath".
- Middle poster:** Titled "Have a little heart." with the text "Our service may be a little delayed. Please be patient with our staff. They're doing their best." It features a cartoon character wearing a face mask and holding their heart.
- Right poster:** Titled "COVID-19: How an office outbreak in South Korea shows that protecting workers is vital for relaxing lockdown". It includes a photo of a person on a staircase and text stating: "A coronavirus outbreak in a building in Seoul was brought swiftly under control – but new research raises questions about how to protect workers as offices reopen."

At the bottom of the collage, it says: "#WorkSafe Posters and signages design initiative to make your spaces Covid-19 safe." and "Calm + ROOM = A Match Made in Mindfulness".

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA



La crisis del COVID-19 ha llevado a muchas compañías a reducir o eliminar sistemas innecesarios y ha hecho que las organizaciones optimicen los procesos para responder más rápidamente a las nuevas necesidades.

Además una vez normalizado el teletrabajo, las empresas se replantearán su espacio físico. Las oficinas cambiarán de un espacio meramente productivo a un modelo de oficina como un lugar para construir una cultura de equipo.

Para ello veremos en la tecnología de VR o AR como el soporte para crear espacios donde poder reunir a los trabajadores sin tener que desplazarse. Eliminado así costes para las empresas y disminuyendo riesgos para los trabajadores.

El gran reto aquí: no dejar que la cultura organizacional se pierda.

Fuente: 40dB/ Ministerio de Trabajo / Edelman/ Trendwatching

REDISEÑAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL

Achtung!, una agencia holandesa recreó sus oficinas utilizando VR para mantener viva su cultura organizacional, mientras teletrabajaban.

California-based tech company NetObjex launches COVID PreCheck app to help US workers return safely to work

Edinburgh-based company Reactec creates wrist monitor to ensure social distancing at work

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

GANAR MÁS FLEXIBILIDAD Y CONFIANZA

Flexible work arrangements

Covid-19: Work-life balance and remote working as a measure of work effectiveness

The importance of internal communication and transparency

Work-life balance and remote working as a tool for work effectiveness



Adam Grant
Saul P. Steinberg Professor of Management and Psychology, Wharton School, University of Pennsylvania

WORK-LIFE BALANCE

What Will Work-Life Balance Look Like After the Pandemic?



El 40% de los trabajadores se sienten más seguros para tomar decisiones cuando teletrabajan



CAMBIO DE PARADIGMA EN TRABAJOS TEMPORALES

RETAILERS

Aldi, McDonald's Make Staff-Sharing Deal in Germany

First-of-its-kind partnership will immediately redeploy interested McDonald's workers at Aldi stores

By Jon Springer on Mar. 23, 2020



Los trabajadores precarios, empujados al límite por el Covid-19

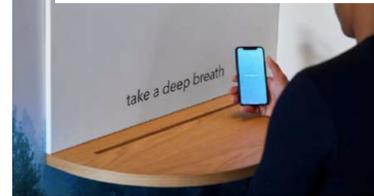
Working to feed the nation

To our customers,
We know that many of you are worried about the spread of coronavirus (Covid-19). We want to let you know that we are doing everything we can so that you and your families have the food and essentials you need.
We are working closely with the Government and our suppliers to keep food moving quickly through the system and making more deliveries to our stores to ensure our shelves are stocked. Those of us with online delivery and click and collect services are running them at full capacity to help you get the products you need when you need them.
We thank all our colleagues in stores and supply chains who are working day and night to keep the nation fed.
But we need your help too.
We would ask everyone to be considerate in the way they shop. We understand your concerns but buying more than is needed can sometimes mean that others will be left without. There is enough for everyone if we all work together.
Together we can make sure we are looking out for family, friends, neighbours. Together we will care for those around us and those who are elderly, vulnerable or choosing to remain at home.
We are doing all we can to rise to this challenge. Serving you and keeping you and everyone who works with us safe will always be our priority.

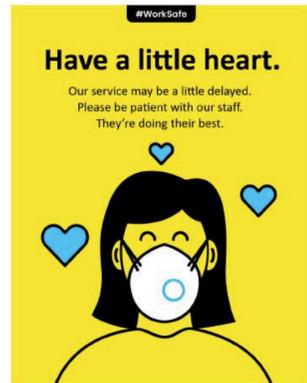


Tech giants will keep paying hourly staff even if they are asked to stay home due to coronavirus

Amazon, Apple, Google, Facebook, Microsoft, and Twitter all pledged to do so

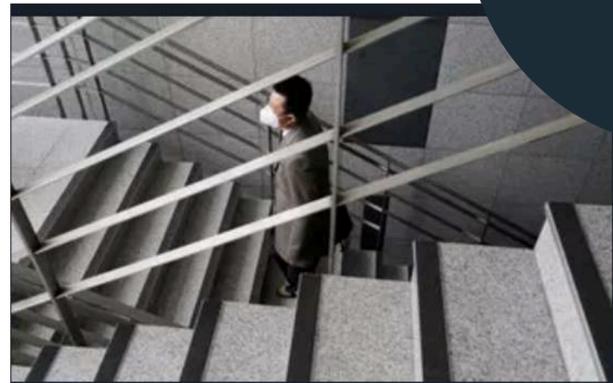


Calm + ROOM = A Match Made in Mindfulness



#WorkSafe
Avoid work
Wash hands
Don't touch your face
Practice physical distancing

#WorkSafe
Posters and signages design initiative to make your spaces Covid-19 safe.



COVID-19: How an office outbreak in South Korea shows that protecting workers is vital for relaxing lockdown

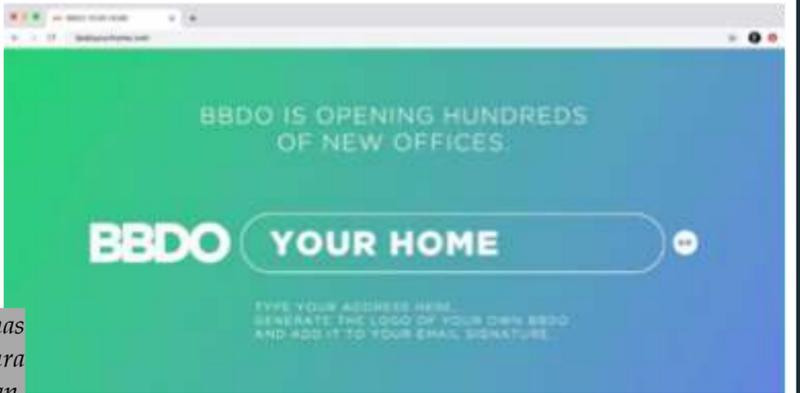
A coronavirus outbreak in a building in Seoul was brought swiftly under control – but new research raises questions about how to protect workers as offices reopen.



Achtung!, una agencia holandesa recreó sus oficinas utilizando VR para mantener viva su cultura organizacional, mientras teletrabajaban.



California-based tech company NetObjex launches COVID PreCheck app to help US workers return safely to work



Edinburgh-based company Reactec creates wrist monitor to ensure social distancing at work

DAR MÁS VALOR AL BIENESTAR DE LOS TRABAJADORES

REDISEÑAR LA CULTURA ORGANIZACIONAL



LA RELACIÓN CON EL ENTORNO





EL GRAN DESAFÍO PARA LAS ÁREAS URBANAS

Durante estos días de refugio en nuestras casas, es difícil no pensar en el entorno que nos rodea.

Nos encontramos con el gran desafío de rediseñar los espacios públicos para que se adapten a la era después del COVID-19.

El gran esfuerzo de cambio se centrará sobre todo en las grandes ciudades. En 2018, el 55% de la población mundial residía en áreas urbanas, y esta proporción podría aumentar al 68% para 2050.

Por eso es vital asegurarnos que los entornos urbanos estén preparados para las enfermedades infecciosas.

La pandemia actual es un gran recordatorio de que la urbanización ha cambiado la forma en que las personas y las comunidades viven, trabajan e interactúan, y la necesidad de fortalecer los sistemas y las capacidades locales para prevenir la propagación de enfermedades infecciosas es urgente.

¿Qué significará diseñar para un mundo que nunca será igual? ¿Cómo cambiarán los espacios que nos rodean en el día a día?



CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA

Screens between tables and sanitary welcome kits: How Spain's tourism industry is preparing for life after lockdown

One luxury hotel in Madrid plans to test guests for Covid-19, while restaurant owners in the southern province of Cádiz say they do not know whether they can survive the fallout from the crisis



Quarantine greenhouse es la solución que propone un restaurante en Amsterdam para que sus clientes puedan seguir disfrutando de sus servicios.



Un arquitecto italiano propone un banco que integra separadores de plexiglás para mantener a las personas a una distancia segura y reducir la posibilidad de contagio y propagación del virus.



REDISEÑAR LA CONFIANZA EN EL ESPACIO

El COVID-19 está modificando gran parte de los espacios públicos de muchos países y se está explorando cuál es la mejor forma de gestionar la situación e indicar los espacios que pueden ser usados y los que no. Una sociedad de 1,5 metros de distancia cada vez se vuelve más realista. Además está alimentada por el miedo. Las personas buscarán entornos más seguros y de confianza.

Los espacios públicos se rediseñaran, creando indicadores en el suelo y paredes entre otras cosas para garantizar la tranquilidad emocional y física de los usuarios que se encuentren en un mismo espacio.

Fuente: AD/ Trendwatching/ Covidinnovations



A lo largo de la cuarentena vemos una serie de innovaciones que ayudan a la gente a mitigar los contagios, eliminando el contacto físico dentro de los espacios públicos. Hablamos aquí de nuevas maneras de abrir la puerta, entregar un paquete o llamar al ascensor.

Para disminuir el contacto humano innecesario dentro de los espacios públicos se acelerará la automatización. Veremos crecer nuevas tecnologías como puertas automáticas, ascensores activados por voz, entrada de habitación de hotel controlada por teléfono móvil, interruptores con manos libres... al igual que los controles de temperatura, etiquetas automáticas para maletas y check-in y seguridad avanzados en el aeropuerto.

Fuente: AD/ Trendwatching/ Covidinnovations

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA



TouchSource Contactless Suite of Solutions for Social Distancing in the Workplace

Italian Caret Studio installs 'StoDistante' system in Italian square to promote social distancing



Hyderabad airport introduces contactless terminal entry to ensure passengers safety



ELIMINAR LA INTERACCIÓN HUMANA



ENTRE TODOS CREANDO MEJORAS EN EL ESPACIO PÚBLICO

Una vez los comercios vuelvan a su funcionalidad normal, tendrán que adaptarse a las nuevas medidas impuestas desde el Gobierno. Dichas medidas serán un obstáculo no solo para los pequeños empresarios pero también para los propios clientes.

Para apoyar productos de proximidad y garantizar mejoras en los espacios públicos dentro de sus comunidades, la gente estará dispuesta a proporcionar su data al uso compartido. De este modo se podrá evitar colas, agilizar las citas previas o la realización de pedidos online, el seguimiento de estos o la gestión de usuarios para comercios y clientes.

Además se priorizará a los colectivos de personas mayores, discapacitados y embarazadas en estos momentos de incertidumbre social y sanitaria.

Fuente: AD/ Trendwatching/ Covidinnovations

German app Localivery allows people to order groceries or food nearby via messenger apps

Plan ahead with our **Whatsapp Chatbot** to find the quietest time to shop...
Send us the day and time you plan to visit and it will let you know if that's a quieter, average or busier time to shop!

Lidl in Ireland creates WhatsApp chatbot to let customers know when to shop

¿No sabes qué negocio está abierto en tu zona? InfoBarrio quiere apoyar al comercio local y te ayuda a encontrarlo muy fácilmente. Haz tu pedido y gana el menor tiempo posible en el establecimiento.
Para empezar necesitamos tu código postal. Lo usaremos para mostrarte los comercios de tu zona.
28609
Empecemos!
Inicia sesión o Regístrate

TraceTogether es una app desarrollada en Singapur, que permite a los usuarios registrar y compartir datos de

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA



La crisis que estamos viviendo ralentiza la transportación o dificulta la movilidad. Para agilizar este proceso y garantizar la tranquilidad de los ciudadanos, se pasará a un modelo local, implementando micro mercados que operan en una escala muy pequeña. Aunque esto limitaría las opciones de abastecimiento y perjudicará aún más a las personas con ingresos más bajos, permitirá que se sigan entregando alimentos frescos a las comunidades locales.

La naturaleza local limita la cantidad de tráfico y reduce la presión sobre los supermercados. No obstante como las reglas para el distanciamiento social son difíciles de controlar y muchas personas tocan los mismos productos, tendrían que implementarse varias normas para que los mercado al aire libre y puestos de comida puedan seguir funcionando.

RESTRICCIONES LOCALES SOLO PARA LOS PRIVILEGIADOS

Los diseñadores en Holanda están preparando planes que podrían ayudar a minimizar los efectos de la crisis sin tener que renunciar el funcionamiento de los comercios locales al aire libre.

Mexican initiative Bambuterra develops Bio-clinics made out of bamboo and other natural materials

Spanish local councils introduces beach reservations to ensure social distancing

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

REDISEÑAR LA CONFIANZA EN EL ESPACIO

Screens between tables and sanitary welcome kits: How Spain's tourism industry is preparing for life after lockdown

One luxury hotel in Madrid plans to test guests for Covid-19, while restaurant owners in the southern province of Cádiz say they do not know whether they can survive the fallout from the crisis



Quarantine greenhouse es la solución que propone un restaurante en Amsterdam para que sus clientes puedan seguir disfrutando de sus servicios.



Un arquitecto italiano propone un banco que integra separadores de plexiglás para mantener a las personas a una distancia segura y reducir la posibilidad de contagio y propagación del virus.



La relación con el entorno

ELIMINAR LA INTERACCIÓN HUMANA



MADE IN THE USA

Hygiene Hand

TouchSource Contactless Suite of Solutions for Social Distancing in the Workplace

Italian Caret Studio installs 'StoDistante' system in Italian square to promote social distancing



Hyderabad airport introduces contactless terminal entry to ensure passengers safety



German app Localivery allows people to order groceries or food nearby via messenger apps



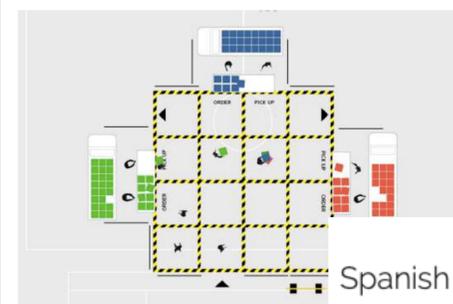
Lidl in Ireland creates WhatsApp chatbot to let customers know when to shop



TraceTogether es una app desarrollada en Singapur, que permite a los usuarios registrar y compartir datos de ubicación para ayudar al proceso de rastreo de contactos de coronavirus.



Los diseñadores en Holanda están preparando planes que podrían ayudar a minimizar los efectos de la crisis sin tener que renunciar el funcionamiento de los comercios locales al aire libre.



Mexican initiative Bambuterra develops Bio-clinics made out of bamboo and other natural materials



Spanish local councils introduces beach reservations to ensure social distancing

ENTRE TODOS CREANDO MEJORAS EN EL ESPACIO PÚBLICO

RESTRICCIONES LOCALES SOLO PARA LOS PRIVILEGIADOS



ERROR 155:

Democracy
not found

LA RELACIÓN CON LAS INSTITUCIONES



LA CRISIS SANITARIA: ¿UNA OPORTUNIDAD O UNA AMENAZA PARA EL PODER?

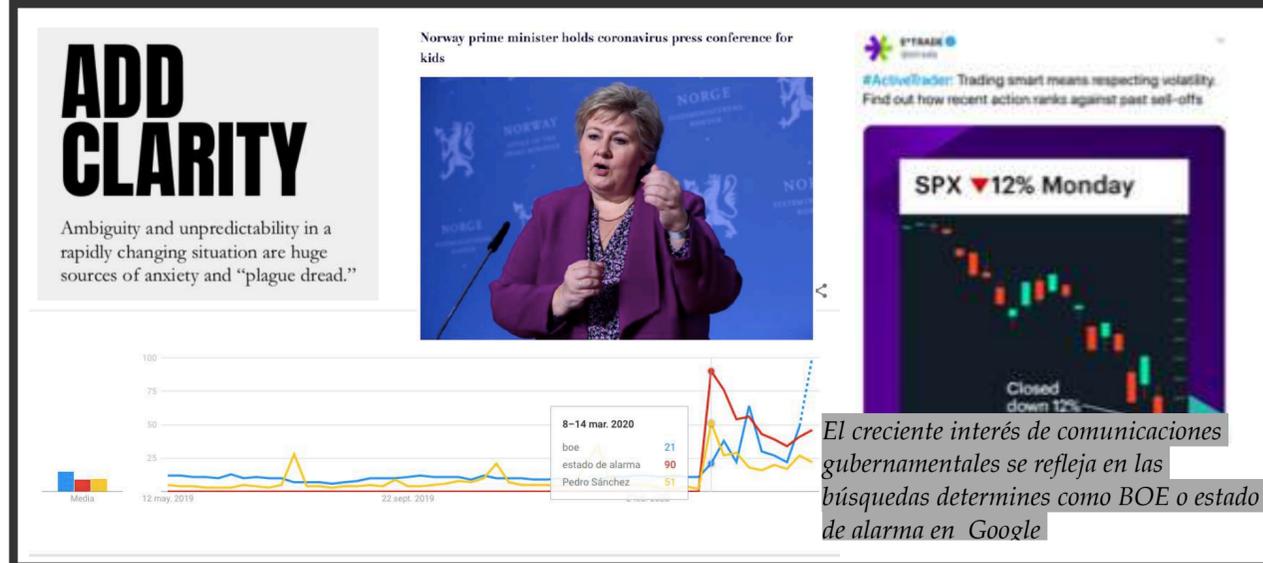
El impacto que traerá la pandemia global puede convertirse en el momento histórico en el que el mundo cambiará radicalmente. El valor del poder y de las instituciones se reevaluará, cambiando el papel tanto los políticos como de los propios ciudadanos.

La interdependencia global y la importancia de los enfoques colectivos se han intensificado en muchas regiones. No obstante, los gobiernos de todo tipo adoptarán medidas de emergencia para manejar la crisis, y muchos no renunciarán a estas nuevas formas de poder en cuanto la crisis termine.

¿Cómo influirá la pandemia en el comportamiento futuro de los gobiernos y los líderes?
¿Trabajarán juntos más estrechamente o este trauma compartido los dividirá aún más? ¿Los ciudadanos tendrán más poder de decisión?



CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA



DEMANDAR UNA COMUNICACIÓN MÁS CLARA

Todo está cambiando tan rápidamente que muchas personas se sienten desconcertadas ante los nuevos parámetros de la vida.

La nueva situación ha llevado al aumento de las búsquedas interesadas en información sobre órdenes gubernamentales o cierre de comercios.

No obstante, las comunicaciones institucionales a menudo están llenas de lenguaje formal y términos complicados, lo que confunde a muchos receptores.

Las personas necesitarán información clara y fiable, por lo cual se requerirá cada vez más la comunicación constante, clara y via canales informales.

En un momento en el que hay tanta incertidumbre y confusión, ¿cómo las instituciones pueden asegurarse de que sus mensajes y comunicaciones sean tan informales y fáciles de entender como sea posible?



Durante la crisis nos hemos dado cuenta de la importancia de los servicios públicos.

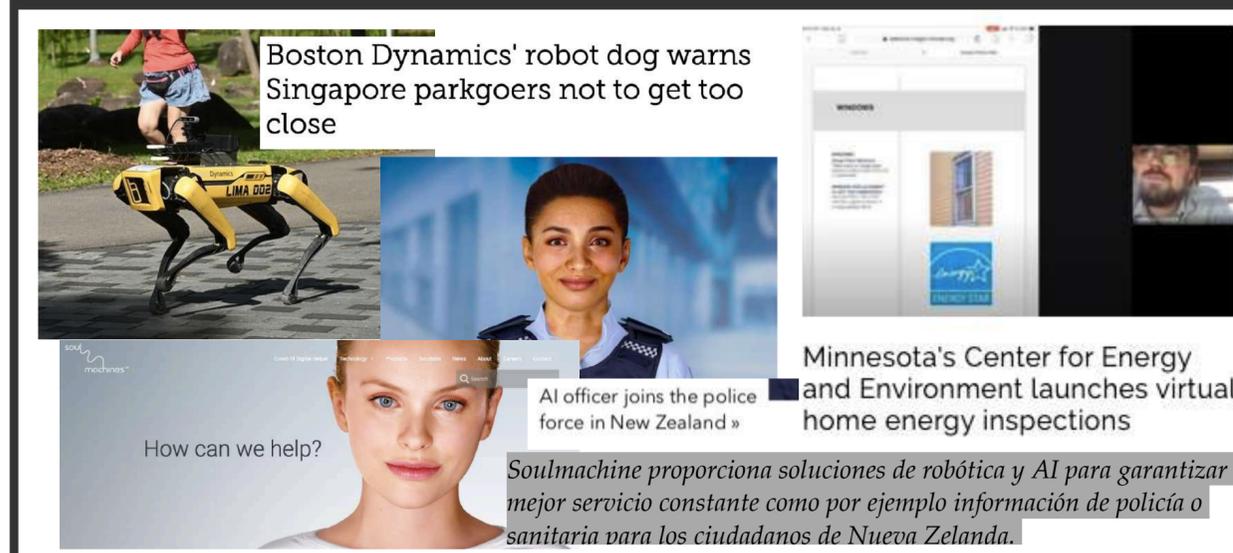
Sin embargo para minimizar el riesgo de contagios y agilizar el trabajo, se crearán nuevas soluciones utilizando las nuevas tecnologías como puede ser AI o hologramas.

Los servicios públicos estarán adoptando y explorando tecnologías digitales para desarrollar servicios que no sean de emergencia y centrados en la accesibilidad para todos. Estos puntos de servicio se proporcionarán al público 24 horas del día para responder aquellas situaciones que no sean de emergencias.

La asistencia de hologramas ya se está implementando en países como Australia o Nueva Zelanda donde las consultas básicas las resuelve Ella, policía-holograma.

Fuente: BBC/ Trendwatching/ The Economist/ Google Trends

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA



COLABORANDO CON MÁQUINAS



REPARTIR LA RESPONSABILIDAD

SOLUTION SEEKERS:
Zind creates high-quality opportunities for Africa's youth

SOLUTION PROVIDERS:
Zind creates high-quality opportunities for Africa's youth

#BuildforCOVID19 HACKATHON

WORLD WIDE FUND FOR NATURE

PLASTIC MARTCITIES

Crowdsolving startup builds bank of data scientists for problem cracking »

Government introduces COVID-19 emergency app for its inhabitants »

Asian cities combat plastic pollution via knowledge sharing platform »

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA

La crisis del COVID-19 nos está enseñando que todos somos responsables por crear un futuro mejor. Hemos sido testigos no solo de las reacciones por parte de los gobiernos sino también de marcas que han ofrecido su ayuda para minimizar los efectos de la pandemia. No podemos olvidarnos de los propios ciudadanos que también han desarrollado iniciativas solidarias aportando su grano de arena.

A raíz de estos comportamientos veremos el traslado de la responsabilidad. La gente confiará más en las marcas y en su propio poder de cambiar las cosas. Las iniciativas abiertas para todos los que quieran participar, crecerán dando oportunidades de colaborar y encontrar las soluciones donde menos se espera.

Fuente: BBC/ Trendwatching/ The Economist/ Google Trends



Desafortunadamente algunos países en esta crisis sanitaria han visto una oportunidad para tomar el control sobre la ciudadanía. Por ejemplo, el gobierno de Hungría adoptó una ley de emergencia draconiana que permitiría al primer ministro Orban suspender las leyes, evitar el parlamento y adoptar decretos de forma ilimitada. El gobierno polaco está siendo acusado de poner en peligro imprudentemente vidas al impulsar las elecciones presidenciales de mayo durante la pandemia.

El confinamiento también significa que las protestas de la oposición no pueden tener lugar. Por eso muchos ciudadanos se verán obligados a rendirse a un nuevo régimen.

Los gobiernos e instituciones que querrán ver una oportunidad en esta crisis impondrán a los ciudadanos nuevas leyes e implementarán nuevas formas de control o vigilancia como pueden ser las apps o tecnología de reconocimiento facial.

AUTOCRACIA DE CORONAVIRUS

For Autocrats, and Others, Coronavirus Is a Chance to Grab Even More Power

Leaders around the world have passed emergency decrees and legislation expanding their reach during the pandemic. Will they ever relinquish them?

© 18 April 2020 [f](#) [t](#) [t](#) [e](#) [Share](#)

Coronavirus pandemic

Would-be autocrats are using covid-19 as an excuse to grab more power

First Hungary, now Poland. It's time for Europeans to speak out against COVID-19 power grabs | View [COMMENTS](#)



last updated: 15/04/2020

Orban's Viktor Orban (left), Russia's Vladimir Putin and Turkey's Recep Tayyip Erdogan

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

DEMANDAR UNA COMUNICACIÓN MÁS CLARA

ADD CLARITY

Ambiguity and unpredictability in a rapidly changing situation are huge sources of anxiety and "plague dread."

Norway prime minister holds coronavirus press conference for kids

#ActiveTrader: Trading smart means respecting volatility. Find out how recent action ranks against past sell-offs

Search Term	8-14 mar. 2020
boe	21
estado de alarma	90
Pedro Sánchez	51

El creciente interés de comunicaciones gubernamentales se refleja en las búsquedas determines como BOE o estado de alarma en Google

La relación con las instituciones

COLABORANDO CON MÁQUINAS

Boston Dynamics' robot dog warns Singapore parkgoers not to get too close

AI officer joins the police force in New Zealand

Minnesota's Center for Energy and Environment launches virtual home energy inspections

Soulmachine proporciona soluciones de robótica y AI para garantizar el mejor servicio constante como por ejemplo información de policía o sanitaria para los ciudadanos de Nueva Zelanda.

SOLUTION SEEKERS: Zindi invites African organizations to introduce greater efficiency, automation, and scale to their businesses through data analytics, machine learning, and AI

SOLUTION PROVIDERS: Zindi creates high-quality job opportunities for Africa's youth

#BuildforCOVID19 HACKATHON

Crowdsolving startup builds bank of data scientists for problem cracking »

Government introduces COVID-19 emergency app for its inhabitants »

Asian cities combat plastic pollution via knowledge sharing platform »

REPARTIR LA RESPONSABILIDAD

For Autocrats, and Others, Coronavirus Is a Chance to Grab Even More Power

Leaders around the world have passed emergency decrees and legislation expanding their reach during the pandemic. Will they ever relinquish them?

Would-be autocrats are using covid-19 as an excuse to grab more power

First Hungary, now Poland. It's time for Europeans to speak out against COVID-19 power grabs | View COMMENTS

Coronavirus: Is pandemic being used for power grab in Europe?

18 April 2020



AUTOCRACIA DE CORONAVIRUS



LA RELACIÓN CON EL CONSUMO

ALIMENTACIÓN / HOSTELERÍA / RETAIL / MOVILIDAD / SALUD / LUJO



NADA SERÁ IGUAL CUANDO VOLVAMOS A LA “NORMALIDAD”

Habrà un antes y un después de la crisis del coronavirus. Muchos de los hábitos que estamos adquiriendo se mantendrán y otros desaparecerán.

Percibiremos un incremento en determinados sectores como la compra online, que ganará aún más peso en 2021. Otro cambio destacable se verá en el sector de alimentación, pues los españoles tenderán a reducir las ocasiones de compra buscando los mejores precios en marcas de distribución o aprovechando los packs promocionales.

Aunque se espera una caída abrupta de todos los sectores, el peor escenario lo veremos en la industria del retail de sectores no esenciales, 2021 será un año de recesión por la pérdida de poder adquisitivo y se esperan cambios estructurales delimitando el consumo a categorías específicas (ropa de casa, fitness, salud, electrónica, juguetes, hogar).



LA ALIMENTACIÓN





EL COVID-19 MODIFICA NUESTROS COMPORTAMIENTOS EN CUANTO A LA COMPRA

Los cambios en el sector de alimentación ya se apreciaron la primera semana de confinamiento. Y tanto las rutinas como los hábitos de los españoles se vieron alterados por completo.

Con los establecimientos cerrados, el consumo se trasladó dentro de los hogares. Tras la primera semana de confinamiento, se incrementaron un 25%, las ocasiones de consumo que cada individuo hacía en casa.

Además de las prioridades como limpiar y ordenar (59,5%), empezó a destacar el interés por cuidarse y mantenerse sano, hacer más deporte (37,5%) y comer más equilibrado (33,4%).





EL COVID-19 MODIFICA NUESTROS COMPORTAMIENTOS EN CUANTO A LA COMPRA

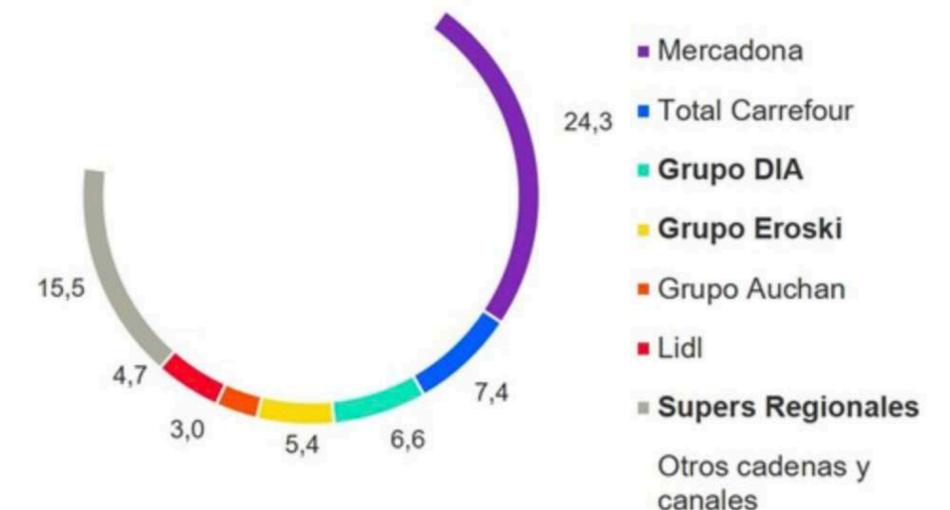
¿Pero dónde adquirimos estos productos?

Respeto a los canales de compra, Kantar registra un incremento del 17,6% destacando los supermercados como el lugar favorito de los españoles para realizar sus compras con un incremento del 27,3%.

En segundo lugar se encuentran las tiendas tradicionales las cuales con un incremento de un 13,7% y por último los hipermercados, los cuales han incremento un 12,1%.

Los supermercados regionales y de proximidad ganan cuota de mercado en las semanas de confinamiento.

% Cuota de mercado segunda semana de confinamiento





CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA

Google Trends Explorar

how to bake bread

Estados Unidos Últimos 12 meses Todas las categorías Búsqueda web

Interés a lo largo del tiempo

Hotel comparte receta de galletas para inspirar a los panaderos caseros

Ahora que tienes tiempo, ponte creativo con tu café

Restaurant launches livestreamed cooking classes »

CÓMO FUE QUE EL BANANA BREAD SE VOLVIÓ EL PAN MÁS POPULAR DE LA PANDEMIA

REVALORIZACIÓN DE LA COMIDA EN CASA

Durante el confinamiento la salud se ha vuelto el centro de nuestras vidas, y es por esto que hemos mejorado mucho nuestra alimentación y hábitos culinarios.

El 51% de los españoles cocina más que antes y esto se debe a varios factores: El principal, el propio hecho de estar en casa y no poder salir a comer fuera ha hecho que nos aventurásemos en la cocina (las búsquedas de cómo hacer pan sin levadura aumentaron un 4600%). Un 46% pide menos comida a domicilio porque prefiere cocinar en casa.

Además estos hábitos se mantendrán tras el confinamiento ya que la salud se vuelve el factor principal en nuestra vida y queremos tener más consciencia de lo que comemos así como de mantener hábitos de vida más saludables, lo que aumentará el consumo de productos básicos de calidad.



La emergencia sanitaria y el confinamiento han cambiado la forma de consumir. En este momento, deciden acudir directamente a las grandes superficies intentando hacer la compra en un mismo lugar con el fin de estar fuera de casa lo menos posible. Esto deja al pequeño sector y de proximidad en una situación difícil ya que sus márgenes de beneficios no se pueden comparar al de las grandes cadenas de distribución.

Además también se está motivando un cambio drástico en las costumbres de los consumidores que recuerdan a 2008. Los españoles están adquiriendo más productos de marca de distribuidor porque se ven inmersos en un consumo de guerra en el que el precio es el principal factor que guía sus decisiones de compra.

Fuentes: TrendWatching/ Kantar / Strategy Intelligence/Covid Innovations

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA

• Mientras crecen colas en las grandes superficies, los pequeños establecimientos temen por su supervivencia



La marca blanca, la probable gran ganadora del momento post-coronavirus

La otra curva del coronavirus: ¿está España preparada para una nueva crisis económica?



VOLVEREMOS A CONTAR HASTA EL ÚLTIMO CÉNTIMO



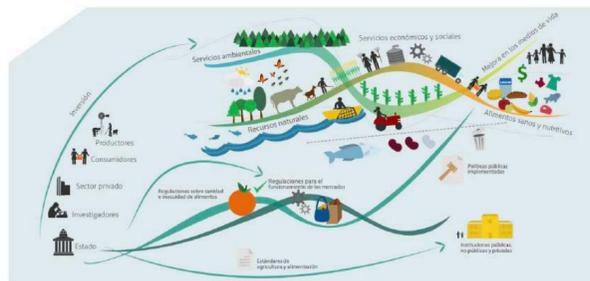
CUIDAR AL PLANETA COMO NOS CUIDAMOS A NOSOTROS

Con la irrupción de la pandemia del Covid-19 nos encontramos ante un momento de la historia en el que podemos convertir la adversidad en una ventaja y construir un mundo mejor.

Para ello existe la necesidad de transformar los sistemas alimentarios mundiales y nacionales y poner la salud de las personas y del planeta por delante del beneficio a corto plazo. Así como apostar por modelos más sostenibles y que favorezcan a la industria local.

La cuestión está en encontrar el modo en el que cuidar el planeta, las dietas y las conciencias sean sistemas centrados en las necesidades del comedor y no del vendedor.

Fuentes: TrendWatching/ Kantar / Strategy Intelligence/Covid Innovations

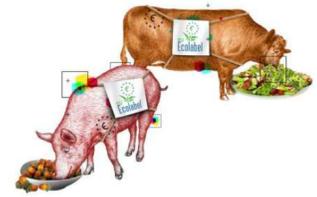


**SUPPORT
YOUR LOCALS**

#SUPPORTYOURLOCALSNL

LA DEMANDA DE PRODUCTOS SOSTENIBLES SUBE EN ESPAÑA

El consumo sostenible impulsa el emprendimiento en el rural



CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA



Este escenario estará definido dependiendo de cuanto afecte la crisis de la pandemia a los ingresos de los hogares.

Sin embargo se intuye un modelo inicial de consumo moderado y austero, pues solo compraremos aquello que nuestra economía doméstica pueda soportar. Se pasará de un consumo impulsivo a un consumo más racional, en el que predominen las grandes compras a buen precio, perdiendo el valor añadido de los productos que estábamos acostumbrados a consumir.

Ante esta baja demanda de la sociedad, las estructuras productivas empezarán a encogerse. Las marcas, los comercios y las empresas bajarán precios de manera dramática para vender las existencias y sobrevivir.

Fuentes: TrendWatching/ Kantar / Strategy Intelligence/Covid Innovations

EL CONSUMO MODERADO ENCOGE EL COMERCIO

La iniciativa estadounidense 'Keep Your City Smiling' tiene como objetivo apoyar a las empresas locales en dificultades con cajas de regalo centradas en la ciudad

AL POR MENOR - 7 DE MAYO DE 2020

Como a sua marca pode se reinventar durante e após a crise do COVID-19?

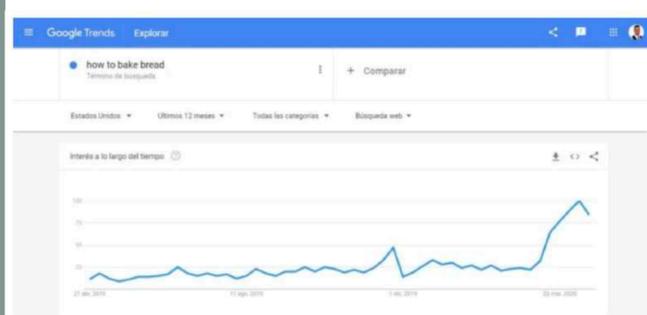
El minorista en línea utiliza la transmisión en vivo para aumentar los ingresos de los agricultores

TorniamoPresto.it es plataforma sin ánimo de lucro para apoyar a empresas locales comprándoles una tarjeta regalo para que puedan volver a abrir.

Plataforma africana que ayuda a minoristas informales recauda fondos de expansión

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

REVALORIZACIÓN DE LA COMIDA EN CASA



Hotel comparte receta de galletas para inspirar a los panaderos caseros



Ahora que tienes tiempo, ponte creativo con tu café



Restaurant launches livestreamed cooking classes »

Cómo fue que el banana bread se volvió el pan más popular de la pandemia

VOLVEREMOS A CONTAR HASTA EL ÚLTIMO CÉNTIMO

Mientras crecen colas en las grandes superficies, los pequeños establecimientos temen por su supervivencia

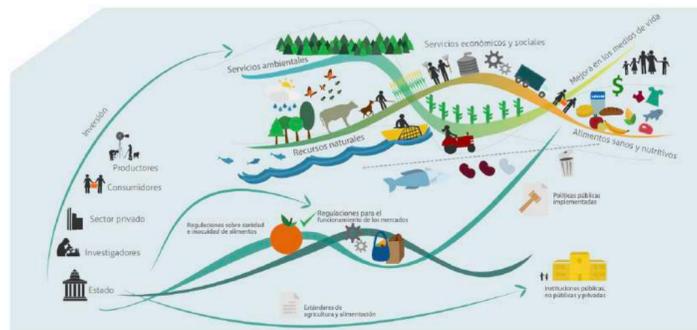


La marca blanca, la probable gran ganadora del momento post-coronavirus

La otra curva del coronavirus: ¿está España preparada para una nueva crisis económica?

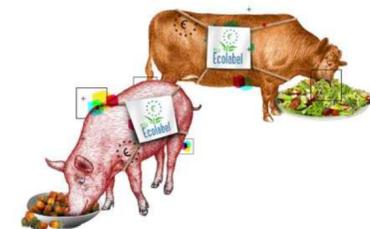


SECTOR ALIMENTACIÓN



LA DEMANDA DE PRODUCTOS SOSTENIBLES SUBE EN ESPAÑA

El consumo sostenible impulsa el emprendimiento en el rural

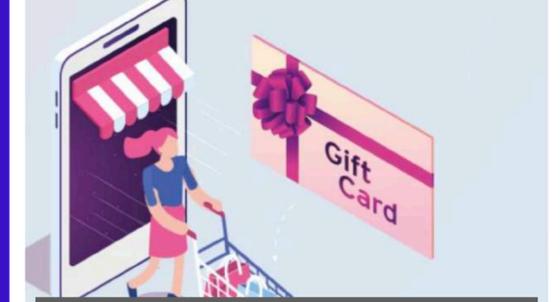


La iniciativa estadounidense 'Keep Your City Smiling' tiene como objetivo apoyar a las empresas locales en dificultades con cajas de regalo centradas en la ciudad

AL POR MENOR · 7 DE MAYO DE 2020



El minorista en línea utiliza la transmisión en vivo para aumentar los ingresos de los agricultores



Plataforma africana que ayuda a minoristas informales recauda fondos de expansión

CUIDAR EL PLANETA COMO NOS CUIDAMOS A NOSOTROS

EL CONSUMO MODERADO ENCOGE EL COMERCIO

LOLA MULLENLOWE - MAYO 2020



LA HOSTELERÍA



EL PILAR DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA QUE SE PUEDE VER MÁS AFECTADO

El sector de hostelería tiene un peso enorme en la economía española, generando el 6,2% del PIB y funcionando como un eje fundamental del turismo, otro motor de la economía española.

Sin embargo, el sector es particularmente frágil y vulnerable a ciclos y choques económicos por su fragmentación en pequeños negocios. De 314 mil empresas; 70% tienen menos de 3 empleados y poca liquidez: cerca de un 25% aguanta menos de un mes de gastos fijos, como costes de personal y alquiler

El impacto del COVID-19 se verá fuerte en ingresos, que podrían bajar hasta el 40% anual, y en el empleo, con una caída del 25%.



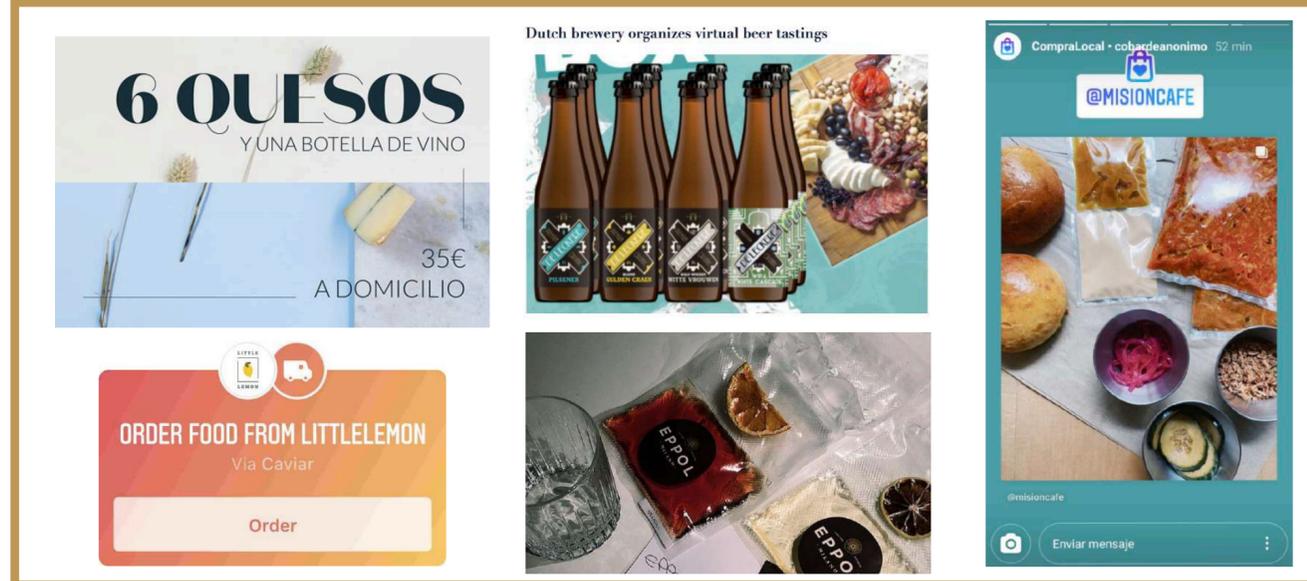
EL PILAR DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA QUE MANTIENE UN RELACIÓN MUY FUERTE CON OTROS SECTORES

Muchas industrias dependen de la hostelería, sectores especializados como distribución o mayoristas pero, sobre todo alimentación y bebidas: que facturan por este canal respectivamente 100 miles de millones y 17 mm de euros anualmente. Más de 65% de cerveza, más de 60% de las bebidas espirituosas y más de 25% de los refrescos se consume en el canal de la hostelería.

Mientras tanto, los hogares españoles destinan un 15% de su renta al consumo en restaurantes y bares, liderando el ranking en Europa.



CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA



AUMENTO DEL CONSUMO FUERA DEL ESTABLECIMIENTO

El cese de las actividades ha afectado la generación de ingresos de la mayoría de los sectores nada más empezar el confinamiento. La gran excepción fueron los servicios de reparto a domicilio que se vieron aún más impulsados.

Aunque los consumidores quieran reducir al máximo su contacto con otros, igual querrán seguir disfrutando de la vida tras el fin del confinamiento. Por esto, apoyarán a cualquier tipo de iniciativa por parte de los bares o restaurantes que les permitan disfrutar de sus productos o experiencias a domicilio o para llevar.

Fuente: Global Web Index/ Forbes/ McKinsey/ Bain& Company/ Europapress



Una vez se relajen las restricción oficiales y salgamos de nuestras casas, serán los propios consumidores los que limitarán sus salidas. Una demanda inicial será limitada por el miedo de contagio y situación económica de cada persona menos estable. Según el informe de E&Y será posible que la demanda al acabar todas las limitaciones gubernamentales caiga hasta un 65%.

Un gran reto en este escenario sería crear un ambiente más seguro para que los consumidores puedan volver a pedir su café favorito sin miedo. Por otro lado, los dueños y trabajadores de bares tendrán que reinventarse o incluso repensar y reafirmar los gestos más pequeños como la limpieza de la vajilla.

Fuente: Global Web Index/ Forbes/ McKinsey/ Bain& Company/ Europapress

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA



Recreación del sistema de pantallas instalado en una playa.



COVID-19 **Jon Taffer on How the Bar Industry Will Change After COVID-19**
April 8, 2020

Partying in the time of Covid-19: Clubs and bars go empty as DJs live-stream music to revellers at home

OCIO RESTRINGIDO POR EL MIEDO



VOLVIENDO AL BAR DE TODA LA VIDA

La fidelidad del consumidor a su bar favorito crecerá aún más tras la pandemia. Ya durante la cuarentena vemos cómo nacen los proyectos solidarios para ayudar a los negocios locales. Los consumidores que se preocupen por el bien de su comunidad acudirán más a menudo a los bares y restaurantes con los que hayan creado un vínculo emocional previo.

En estos momentos tan difíciles aflorará el compromiso social tanto por parte de los consumidores como por parte de los dueños y trabajadores, para que la crisis no resulte el fin del pequeño comercio.

Fuente: Global Web Index/ Forbes/ McKinsey/ Bain& Company/ Europapress

Apoya a los negocios de toda la vida

DE TI DEPENDE QUE TODO VUELVA A LA NORMALIDAD

#CUANDOVOLVAMOS

¿Tienes un negocio?

Con nosotros podrás ofrecer los productos y servicios de siempre para que se consuman cuando volvamos

Mahou donará a bares y restaurantes cerveza y agua por 75 millones para apoyarles en su reapertura

ELIGE TU BAR

1 compra las RONDAS QUE QUIERAS

2

3 COMPARTELO con los TUYOS

4

ABIERTO CANJEA Y DISFRUTA

El sector cervecero de Málaga crea una app para potenciar el consumo local

Factoría de Cerveza — mayo 12, 2020

bymyrthe

Good to be back at **caffeine couture** @faradaymadrid

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA



A pesar de enfrentarse a condiciones laborales precarias, los repartidores se han convertido en trabajadores esenciales durante el confinamiento.

Las compañías responsables por el reparto a domicilio aseguran haber implementado medidas para una entrega segura. Sin embargo, los consumidores más sensibles a una actitud colectiva, pensarán dos veces antes de realizar el pedido, pensando no solo en su necesidad o caprichos pero en el bienestar de los repartidores.

Sin duda un punto de inflexión para que las compañías de servicios de reparto repensen su modelo de negocio y tratamiento de sus colaboradores.

Fuente: Global Web Index/ Forbes/ McKinsey/ Bain& Company/ Europapress

LOS CAPRICHOS RESIGNIFICADOS POR LA ÉTICA

Riders x Derechos @ridersxderechos · 15h
16. Tenemos el apoyo de centenares de movimientos sociales, de todos los sindicatos, de la mayoría de grupos políticos, así como de Inspección de Trabajo y de los Tribunales. La sociedad está más concienciada que nunca.
Ahora solo os pedimos que se legisle y se cumpla la ley.

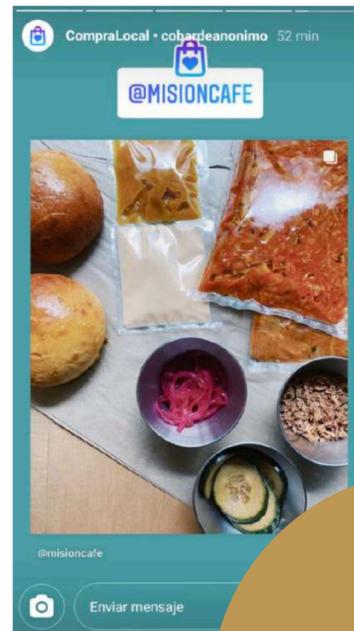
Jorge Cyrus @jorgecyrus · 19 mar.
Por favor si ya está feo pedir a Glovo de normal DEJAD DE PEDIR EN LA PUTA CUARENTENA

Survival Kit +

Repartidores robots, la solución al dilema de pedir a domicilio en cuarentena

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

AUMENTO DEL CONSUMO FUERA DEL ESTABLECIMIENTO



SECTOR
HOSTELERÍA

OCIO RESTRINGIDO POR EL MIEDO



Recreación del sistema de pantallas instalado en una playa.



Partying in the time of Covid-19: Clubs and bars go empty as DJs live-stream music to revellers at home

Apoya a los negocios de toda la vida

DE TI DEPENDE QUE TODO VUELVA A LA NORMALIDAD

#CUANDOVOLVAMOS

¿Tienes un negocio?

Con nosotros podrás ofrecer los productos y servicios de siempre para que se consuman cuando volvamos

Mahou donará a bares y restaurantes cerveza y agua por 75 millones para apoyarles en su reapertura



El sector cervecero de Málaga crea una app para potenciar el consumo local

Factoría de Cerveza — mayo 12, 2020



Riders x Derechos @ridersxderechos - 15h
16. Tenemos el apoyo de centenares de movimientos sociales, de todos los sindicatos, de la mayoría de grupos políticos, así como de Inspección de Trabajo y de los Tribunales. La sociedad está más concienciada que nunca.
Ahora solo os pedimos que se legisle y se cumpla la ley.



Repartidores robots, la solución al dilema de pedir a domicilio en cuarentena



VOLVIENDO AL BAR DE TODA LA VIDA

LOS CAPRICHOS RESIGNIFICADOS POR LA ÉTICA

LOLA MULLENLOWE - MAYO 2020



EL RETAIL



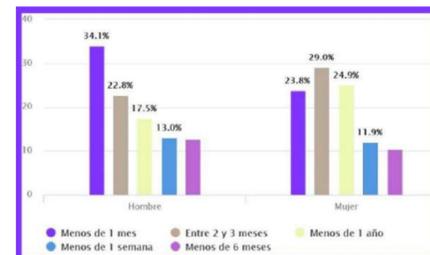
EL CANAL ONLINE MÁS INDISPENSABLE QUE NUNCA

La pandemia trajo consigo una caída en el consumo debido al consiguiente cierre de tiendas. Sin embargo, es conveniente rescatar que la trayectoria de consumo en el sector tuvo un aumento del 3,8% en 2019 después de varios años de caída.

Además frente a la situación actual, hay indicios que pueden contribuir a aliviar en gran medida los efectos del cierre obligatorio. El canal online es esencial a medio plazo para amortiguar la falta de actividad en la tienda física y para la reactivación de la normalidad comercial. Ya en febrero este canal creció un 36% en valor, un 8% más de la media actual.



CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA



ONE IN FOUR
INTERNET USERS USE
PLATFORMS SUCH AS
EBAY TO BUY SECOND-
HAND PRODUCTS

Thingeer crece un 50% con su app de muebles de segunda mano

SENTIDO COMÚN

Estos días todos tenemos mucho tiempo. Quizás demasiado.
Es normal aprovecharlo comprando ropa que necesitas.
Lo que quizás no necesitas es que esa ropa te llegue estos días a casa.
Así que, por sentido común, hemos decidido dar un respiro a los mensajeros y darte la opción de que, aunque compres hoy mismo, no recibas tus compras hasta que no acabe el confinamiento.
Al fin y al cabo, solo hacemos ropa.
#quédeteencasa #sémásviejo

ALARGANDO LA VIDA DE LOS PRODUCTOS

Cada vez somos más conscientes del impacto que tienen nuestras compras y de la cantidad de productos que somos capaces de almacenar. Es por esto que está surgiendo otra manera de consumo.

Cierta parte de los consumidores están actuando cada vez más de comerciantes, pensando en el valor de reventa de su compra. Si los nuevos productos que adquirimos tienen una vida útil larga, credibilidad y relevancia a largo plazo, se convertirán en inversiones más inteligentes.

El modelo de consumo más sostenible ha sabido relacionarse con Internet y el uso de nuevas tecnologías. Eso ha hecho que el mercado aumente y se convierta en un canal mayoritario de compra y venta de productos, ya que tienen la capacidad de unir a particulares sin intermediarios.



En un marco de consumo donde el derroche y el despilfarro están a la orden del día, nos encontramos con noticias que hacen replantearnos nuestra forma de consumo. Sin embargo, una vez olvidada la noticia volvemos a ser consumidores devoradores y poco conscientes.

Como consumidores buscaremos miles de excusas para no dejar de comprar de forma barata, ya que comprar es una actividad asociada al ocio, disfrute y placer. Este sentimiento es de los que más se echaba en falta en las últimas semanas.

Kantar revela que el consumo se disparó con el comienzo de la crisis sanitaria desde un 245% en droguería y perfumería hasta un incremento de 138% en el canal online.

Fuente: We are testers/ WGSN/ Kantar / TrendWatching

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA



Grandes colas de consumidores IKEA en Polonia y en centros comerciales en Brasil minutos antes de que las tiendas volvieran a abrir sus puertas.

New Orleans artist Ellen Macomber creates mask with slot for cocktail drinking and socialising

EL HIPERCONSUMISMO



CONSUMO CONSCIENTE Y MÁS SOSTENIBLE

ANALYST'S PICK
Footwear brand labels products with their carbon footprint

WHAT'S YOUR FOOTPRINT?
If we're going to solve the climate crisis, we need to hold each other accountable. Adding our carbon footprint to every product is a first step towards making it easier for all of us to know our impact.

BBC BBC Account Menú
NEWS | MUNDO
Cambio climático: flygskam, la "vergüenza de volar" en Suecia que preocupa a la industria de la aviación

03.2020 - EXPLORE
Travel company launches carbon-offsetting policy

Long-Lasting Antimicrobial Textile Shield
Our cutting edge nanocoating technology harnesses the power of sound waves to actively impregnate potent antibacterial, non-toxic chemicals, ensuring long-term durable protection.

Israeli startup SonoviaTech develops anti-viral textiles able to destroy COVID

Carlo Ratti launches wardrobe purifier Pura-Case to remove bacteria and viruses from clothes

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA

El confinamiento nos ha hecho ver lo que realmente es necesario en nuestra vida y lo que no lo es. De este modo el hiperconsumismo y la ostentación dejarán de ser “cool”.

Del término “shopping” pasaremos al término sueco “köpskam”: avergonzarse de comprar. Este sentimiento surge de la conciencia ecológica de los consumidores y lo cambia todo. Nos empezaremos a cuestionar desde de qué está hecho lo que compramos hasta dónde y en qué condiciones se fabrica.

El consumo responsable se generalizará y cambiará nuestra actitud a la hora de comprar algo nuevo. Pues conocer nuestras necesidades exactas, nuestros gustos y que nos hace sentir cómodos nos mantendrá verdaderamente conectados a nuestras creencias y valores.



El comercio online ha revolucionado el sector del retail, tanto las grandes cadenas como la pequeña tienda de barrio.

El uso mayoritario de las tecnologías y su democratización ha transformado los hábitos de compra de millones de consumidores que se ven afianzados tras la pandemia del COVID-19. Pero la comodidad para los consumidores se puede convertir en el fin del comercio offline si este no sabe adaptarse.

En España, las ventas online han aumentado del 19% al 30% en tan solo los dos últimos años. La tendencia ya no será competir entre canales sino entender que la experiencia de compra se produce de manera transversal.

La integración y la implantación de estrategias phygital se vuelven cada vez más importantes a la hora de satisfacer a los consumidores además de mantener la propia supervivencia del sector retail.

Fuente: We are testers/ WGSN/ Kantar / TrendWatching

LA SUSTITUCIÓN DEL COMERCIO OFFLINE

Usuarios de Instagram ahora podrán apoyar a las PyMEs con nuevos stickers comerciales
Se espera que las PyMEs puedan publicar stickers especiales para que la gente ordene en línea, compra tarjetas de regalo o done para apoyar a sus negocios

Whakatāne launches New Zealand's first regional virtual mall

John Lewis launches virtual stylist service through Instagram

5. Everything goes virtual

FORGET OMNICHANNEL, THINK CONSUMER-FOCUSED EXPERIENCES

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

ALARGANDO LA VIDA DE LOS PRODUCTOS



Thinger crece un 50% con su app de muebles de segunda mano

SENTIDO COMÚN

Estos días todos tenemos mucho tiempo. Quizás demasiado.
Es normal aprovecharlo comprando ropa que necesitas.
Lo que quizás no necesitas es que esa ropa te llegue estos días a casa.
Así que, por sentido común, hemos decidido dar un respiro a los mensajeros y darte la opción de que, aunque compres hoy mismo, no recibas tus compras hasta que no acabe el confinamiento.
Al fin y al cabo, solo hacemos ropa.

#quédateencasa #sémásviejo

ONE IN FOUR INTERNET USERS USE PLATFORMS SUCH AS EBAY TO BUY SECOND-HAND PRODUCTS

EL HIPERCONSUMISMO



Grandes colas de consumidores IKEA en Polonia y en centros comerciales en Brasil minutos antes de que las tiendas volvieran a abrir sus puertas.



New Orleans artist Ellen Macomber creates mask with slot for cocktail drinking and socialising

SECTOR RETAIL

ANALYST'S PICK
Footwear brand labels products with their carbon footprint



Carlo Ratti launches wardrobe purifier Pura-Case to remove bacteria and viruses from clothes



03.2020 - EXPLORE

Travel company launches carbon-offsetting policy



BBC BBC Account Menú

NEWS | MUNDO

Cambio climático: flygskam, la "vergüenza de volar" en Suecia que preocupa a la industria de la aviación

Long-Lasting Antimicrobial Textile Shield

Our cutting edge nanotechnology harnesses the power of sound waves to actively impregnate potent antibacterial non-toxic chemicals, ensuring long-term durable protection.

Israeli startup SonoviaTech develops anti-viral textiles able to destroy COVID

Usuarios de Instagram ahora podrán apoyar a las PyMEs con nuevos stickers comerciales

Se espera que las PyMEs puedan publicar stickers especiales para que la gente ordene en línea, compra tarjetas de regalo o done para apoyar a sus negocios



Whakatāne launches New Zealand's first regional virtual mall



John Lewis launches virtual stylist service through Instagram

03.2020 - STYLEBIBITE & ZALORA
Luxury reseller partners with ecommerce platform in Asia



5. Everything goes virtual



CONSUMO MÁS CONSCIENTE Y SOSTENIBLE

LA SUSTITUCIÓN DEL COMERCIO OFFLINE



LOLA MULLENLOWE - MAYO 2020

LA MOVILIDAD





LA TRANSFORMACIÓN DE LA MOVILIDAD SE VUELVE IMPRESCINDIBLE

Este sector se enfrenta a grandes desafíos, puesto que manejar el tráfico pesado de personas y mercancías en un espacio limitado crea una nueva necesidad de soluciones de transporte compactas. Hay que garantizar el transporte eficiente y seguro, tanto de personas como de mercancías en las ciudades y alrededor de ellas.

Sin embargo, esto puede conducir a una polarización correspondiente en el transporte, donde la comodidad, la seguridad y la velocidad se convierten en los parámetros más importantes para las clases más altas, y el coste se vuelve primordial para las masas. El resultado podría ser sistemas de transporte paralelos pero muy divididos.

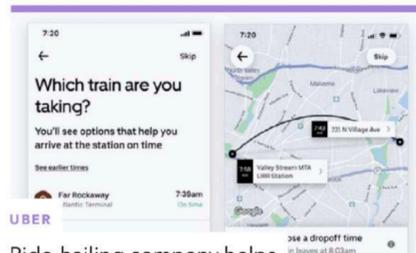


CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA

E-bike sharing company launches self-cleaning bikes »



Milan announces ambitious scheme to reduce car use after lockdown



Ride-hailing company helps commuters catch a train »

Dubai gets its first bike-sharing scheme »



Así es la nueva medida del Metro de Madrid para asegurar la distancia social entre pasajeros

LA CONCIENCIA COMO MEDIDA DE SEGURIDAD

La reinención de este sector quizá no pase tanto por la adaptación del transporte si no por la adopción de nuevas costumbres por parte de las personas, como salir a la calle con mascarilla.

Nos estamos dando cuenta de que realizamos muchos viajes innecesarios y esta toma de conciencia nos ayuda a ser más selectivos y menos egoístas. Es decir, aprovechar mejor nuestro tiempo y adoptar costumbres más sostenibles.

No se trata solo de un distanciamiento físico y el uso de mascarillas y guantes, sino también de que el transporte público cumplirá un papel menos esencial hasta que la normalidad vuelva.



La polarización económica tiene consecuencias sobre una polarización correspondiente en el transporte. La comodidad, la seguridad y la velocidad se convierten en los parámetros más importantes para las clases sociales más altas, mientras que el coste se vuelve primordial para las masas. Lo que se ve reflejado en la creciente necesidad de adquirir un vehículo en los tiempos post-pandemia.

Esto tendrá una repercusión en la congestión del tráfico y su posterior efecto en el cambio climático, que parece empeorar en las próximas décadas. Según el Banco Mundial, más de una quinta parte de las emisiones mundiales de CO2 se deben al transporte y aumentarán con los años.

Fuente: Copenhagen Institute for Future Studies / TrendWatching / Dpto de Transporte EEUU / Economist Intelligent Unit

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA

La intención de compra de coches se dispara al ofrecer más seguridad ante el coronavirus

• La principal razón de este aumento se debe a la falta de confianza de los ciudadanos en el transporte público

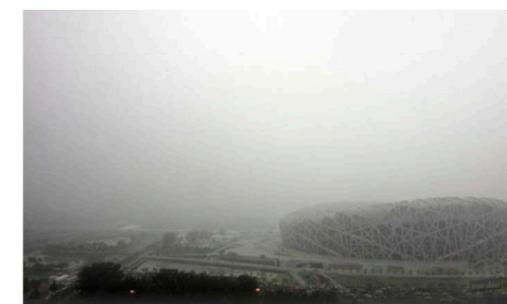
Termina cuarentena en China y la atmósfera se vuelve a contaminar

Los españoles, entre los menos dispuestos a comprar un coche tras la crisis del Coronavirus



04.2020 - FINNAIR

La aerolínea anuncia un enfoque múltiple para su camino hacia la neutralidad del carbono



Durante la cuarentena lograron a tener niveles bajos de smog.

EL MAYOR PERJUDICADO ES EL MEDIO AMBIENTE



RECUPERAR ESPACIO PARA LAS PERSONAS

Post-confinamiento: cada vez más ciudades cierran sus calles a los coches para dar espacio a los peatones

🕒 Milán anuncia un plan para reducir el tráfico y abrir más de 35 kilómetros de calles para las bicicletas y los peatones tras el confinamiento



CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA

El confinamiento ha hecho visible la gran cantidad de espacio que hemos destinado a los vehículos privados en las ciudades y que ahora vemos vacío.

Esto hecho pone en valor la necesidad de muchos movimientos cotidianos y de las distancias. Parte de la actividad esencial de la vida en las ciudades asistirá a la recuperación de ese espacio para que las personas podamos caminar con más seguridad ya que el 73% de las muertes de peatones y 69% de ciclistas tienen lugar en áreas urbanas.

Las calles cederán espacio a peatones, bicicletas y transporte público, una medida que ya estaba ocurriendo en ciudades como Viena o Filadelfia.

Fuente: Copenhagen Institute for Future Studies / TrendWatching / Dpto de Transporte EEUU / Economist Intelligent Unit



El transporte público se presenta como una fuente inevitable de contagio al ser su principal ventaja el reunir a un gran número de viajeros. Si seguimos las recomendaciones actuales para salir de la crisis del COVID-19, el uso obligatorio de mascarillas así como el mantenimiento de la distancia de seguridad generan un rechazo en cuanto al uso del mismo frente a otras opciones más individuales.

Esto pone de relieve un gran problema: cómo conciliar e integrar la ciudad para prevenir futuras pandemias. A raíz de esto, se están empezando a estudiar las denominadas "ciudades de 15 minutos", en las que la población puede desplazarse a pie o en bicicleta a los nodos densos del núcleo urbano en vez de viajar por medios mecánicos.

Fuente: Copenhagen Institute for Future Studies / TrendWatching / Dpto de Transporte EEUU / Economist Intelligent Unit

RECHAZO AL TRANSPORTE PÚBLICO

Evitaré el transporte público (de siempre a nunca)				
15,67 %	22,00 %	33,00 %	17,33 %	12,00 %

CRISIS DEL CORONAVIRUS >
“Claro que da miedo el metro, pero peor es no tener curro al que ir”
Pese al refuerzo, entre las 7 y las 8 de este martes, de nuevo era imposible guardar un metro y medio de distancia con los compañeros de vagón

URBANISMO >
Hacia la planificación de la vida urbana
Dejando a un lado el coronavirus, ¿vive usted en un entorno en el que podría llegar al supermercado, escuela, centro médico o al trabajo en menos de quince minutos andando? Entonces, es el lugar idóneo. Lo que se podría denominar 'un vecindario de 15 minutos'. Este era el plan para París

'Love Bus' entrega mensajes de esperanza durante el coronavirus
Brussels' love bus' delivers hope during coronavirus

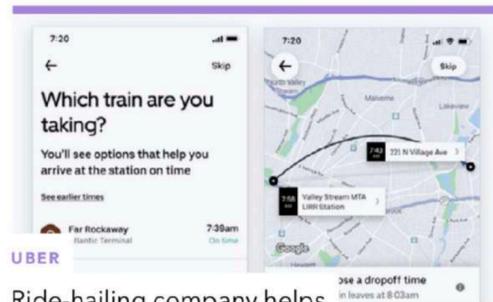
CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

LA CONCIENCIA COMO MEDIDA DE SEGURIDAD

E-bike sharing company launches self-cleaning bikes »



WHEELS



Ride-hailing company helps commuters catch a train »

Dubai gets its first bike-sharing scheme »



Así es la nueva medida del Metro de Madrid para asegurar la distancia social entre pasajeros



Milan announces ambitious scheme to reduce car use after lockdown

EL MAYOR PERJUDICADO ES EL MEDIO AMBIENTE

La intención de compra de coches se dispara al ofrecer más seguridad ante el coronavirus

La principal razón de este aumento se debe a la falta de confianza de los ciudadanos en el transporte público

Los españoles, entre los menos dispuestos a comprar un coche tras la crisis del Coronavirus



04.2020 - FINNAIR
La aerolínea anuncia un enfoque múltiple para su camino hacia la neutralidad del carbono

Termina cuarentena en China y la atmósfera se vuelve a contaminar



Durante la cuarentena lograron a tener niveles bajos de smog.

Post-confinamiento: cada vez más ciudades cierran sus calles a los coches para dar espacio a los peatones

Milán anuncia un plan para reducir el tráfico y abrir más de 35 kilómetros de calles para las bicicletas y los peatones tras el confinamiento



ESPACIO PÚBLICO MÁS SEGURO Y SOSTENIBLE

- Carriles bici temporales**
Carriles bici temporales en los ejes vertebradores de la ciudad.
- Ocupación puntual de bandas de aparcamiento para **terrazas** y creación de nuevas **zonas de dispersión y distanciamiento** en espacios con aglomeración de personas
- Carriles bus** que permitan aumentar las frecuencias en EMT y garantizar el acceso al transporte público en condiciones de seguridad en las calles donde sea necesario

Más Madrid



UV light device claims to kill germs in car interiors for safer trips »

In September 2019, at a press event in Germany, China-based automotive interior company **Yanfeng** unveiled its Wellness Pod, an antimicrobial device that sanitizes a vehicle's interior air. Aimed largely at ride-hailing and sharing services that see lots of passengers occupying a car's back seat, the Pod connects to a vehicle's overhead console while also supporting smartphone integration. A complete clean takes about 30 minutes but the device also has a quick-clean function for use between rides, dispenses a choice of four scents via replaceable cartridges, and has sensors that work to focus the UV light on those areas touched by previous passengers.

URBANISMO »

Hacia la planificación de la vida urbana

Dejando a un lado el coronavirus, ¿vive usted en un entorno en el que podría llegar al supermercado, escuela, centro médico o al trabajo en menos de quince minutos andando? Entonces, es el lugar idóneo. Lo que se podría denominar 'un vecindario de 15 minutos'. Este era el plan para París

Evitaré el transporte público (de siempre a nunca)

15,67 %	22,00 %	33,00 %	17,33 %	12,00 %
---------	---------	---------	---------	---------

CRISIS DEL CORONAVIRUS »

“Claro que da miedo el metro, pero peor es no tener curro al que ir”

Pese al refuerzo, entre las 7 y las 8 de este martes, de nuevo era imposible guardar un metro y medio de distancia con los compañeros de vagón

05.2020 - 5118-MIVB

'Love Bus' entrega mensajes de esperanza durante el coronavirus



RECUPERAR ESPACIO PARA LAS PERSONAS

RECHAZO AL TRANSPORTE PÚBLICO



LA SALUD





LA SALUD SE VUELVE EL EJE PRINCIPAL DE NUESTRA VIDA

Si hay algo que deja esta pandemia, es la clara evidencia de una mejor gestión, así como una mayor inversión en cuanto a recursos sanitarios se refiere.

Tras el coronavirus, nuestra salud se ha convertido en una de nuestras principales preocupaciones, las medidas extremas y el distanciamiento social han hecho que nos veamos más vulnerables que nunca, sin importar la edad, género o clase social.

De hecho cuando se preguntó a los españoles si consideran darse de alta en seguros médicos o privados un 19% afirma que sí se dará de alta por primera vez, un 21% afirma ampliar su plan actual y un 41% considera quedarse con su plan actual.



CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA

COVID-19 Screening Tool
This tool can help you understand what to do next.
Let's all look out for each other by knowing our status, trying not to infect others, and reserving care for those in need.
[Start Screening](#)

TMF The Medical Futurist
How Would Have COVID-19 Taken Place In A Digital Health Utopia?
EL 83,9% DE LOS PACIENTES USARON EL CUIDADO VIRTUAL EN MARZO DE 2020

amwell
HOW IT WORKS | CONDITIONS | SERVICES
Online doctor visits, 24/7
See a doctor or therapist from home, using your phone, tablet or computer. If you're having a medical emergency, call 911.
[Continue >](#)

COVID-19 and the rise of Telemedicine
Future of Medicine | Healthcare Design | Telemedicine & Smartphones

«Si antes teníamos que convencer a los pacientes para que hicieran telemedicina, ahora vienen corriendo». El auge de la telemedicina durante la pandemia.

EL AUGUE EN LAS CONSULTAS VIRTUALES

La pandemia global ha puesto la telemedicina en primer plano. Aunque varias herramientas de telemedicina han estado disponibles desde hace algún tiempo, la mayoría de los pacientes que usaban el cuidado virtual en marzo (83,9%) lo hacían por primera vez.

La normalización de las herramientas digitales que ayudan a comprobar el estado de nuestra salud acelerarán la práctica de la telemedicina. Será una solución perfecta para los que quieran minimizar el contacto con otros, convirtiendo las consultas en unas clínicas virtuales. Si bien la necesidad de atención a distancia no será tan aguda una vez que la crisis de la pandemia disminuya, es probable que la demanda de sistemas de telemedicina siga siendo alta.

Fuente: Copenhagen Institute for Future Studies / TrendWatching / Dpto de Transporte EEUU / LOLA Research/ CDC / WHO



Según la WHO, las medidas de confinamiento por el COVID-19 incrementarán los índices de depresión, ansiedad y cambios de ánimo en la ciudadanía. Algo que ya está ocurriendo en China y que afirma el 45% de los adultos estadounidenses, los cuales creen que la pandemia ha afectado a su salud mental.

Sin embargo sigue existiendo un gran estigma social, que hace que las personas que sufren algún problema de salud mental no los expresen cuando lleguen a consulta. Por su parte los avances en IA han demostrado ser capaces de predecir el riesgo de una persona con problemas de salud mental mejor que los estudios clínicos tradicionales.

Fuente: Copenhagen Institute for Future Studies / TrendWatching / Dpto de Transporte EEUU / LOLA Research/ CDC / WHO

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA

The collage features several elements: a Snapchat article titled 'Social media platform introduces mental health feature', a Wanderble advertisement with the text 'Fight anxiety and improve immunity', a BBC News article titled 'Coronavirus: How to protect your mental health' with an illustration of a hand holding a smartphone surrounded by health icons, and a Google Trends search for 'YOGA' showing a significant spike in interest starting in early 2020.

LA SALUD MENTAL SIGUE SIENDO UN TABÚ



COMPARTIR EXPERIENCIAS PARA MANTENERSE A SALVO

En los tiempos de crisis el conocimiento y los recursos debería estar al alcance de todos. Tener el acceso a la información ayudaría a las personas a prevenir antes de intervenir.

Además de obtener información de expertos médicos, las personas que ya se recuperaron pueden ser una fuente de información y motivación. Porque cuando uno sabe que alguien más está en la misma situación, se genera menos ansiedad o aislamiento.

Un gran aliado en esta situación podría ser la tecnología, porque posibilita que las personas o expertos compartan sus conocimientos desde cualquier lugar del mundo. La información actualizada, el acceso instantáneo a consejos de expertos u otras personas que habían vivido la misma situación crearán una red de seguridad cada vez más grande. Compartiendo las vivencias y recursos se podrá prevenir antes de intervenir.

Fuente: Copenhagen Institute for Future Studies / TrendWatching / Dpto de Transporte EEUU / LOLA Research/ CDC / WHO

How can young people can stay safe when sharing their mental health stories online?

JACK MA FOUNDATION SHARES CORONAVIRUS-PREVENTION HANDBOOK
CECILIA LI | MARCH 18, 2020

Tiempo de Juego @tjcope · 19 abr.
Daniel superó el **coronavirus** tras pasar 24 días en coma y lo ha contado en @tjcope
"Tuve pesadillas con la muerte pero, en el peor momento, siempre aparecía mi hija"

La OMS utiliza la plataforma social para compartir videos para las comunicaciones COVID-19

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA



Con la democratización de la información y el conocimiento se ha facilitado un mayor acceso a que las personas “comunes” que están dispuestas a compartir sus experiencias y opiniones con todo aquel que se pueda encontrar con su web, blog o publicación.

Este intercambio de conocimiento puede convertirse en un activo muy importante en tiempos de crisis como los que estamos viviendo, ya sea para informar, consolar, motivar o educar. Sin embargo, también puede darse la otra cara de la moneda, en la que las noticias falsas proliferen entre las primeras posiciones de google o las publicaciones con más likes. En el caso de la salud, existe el riesgo a empatizar con los síntomas y experiencias de otras personas y llegar a la creencia de falsos o mitos o incluso a la automedicación.

Fuente: Copenhagen Institute for Future Studies / TrendWatching / Dpto de Transporte EEUU / LOLA Research / CDC / WHO

LA NUEVA ERA DE LAS FAKE NEWS

NEWS | MUNDO
Noticias América Latina ¿Hablas español? Internacional Economía Tecnología Ciencia Salud

Fuertes críticas a Paula Gonu por sus consejos fake contra el coronavirus

#manosseguras
858.9M visualizaciones
Añadir a Favoritos

¡Es muy importante lavarse las manos! Nos hemos juntado con WHO para promover el poder de las manos limpias. ¡Graba tu video y únete al reto #SafeHands!

Health
Drinking coffee does not prevent or cure the coronavirus

El combate a las fake news en tiempos de coronavirus

• Con el aumento de las informaciones disponibles en la internet, es necesario estar alerta a posibles fake news

Garlic is a healthy food that may have some antimicrobial properties. However, there is no evidence from the current outbreak that eating garlic has protected people from the new coronavirus (2019-nCoV).

Can eating garlic help prevent infection with the new coronavirus?

World Health Organization #2019nCoV

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

EL AUGE EN LAS CONSULTAS VIRTUALES

COVID-19 Screening Tool
This tool can help you understand what to do next.
Let's all look out for each other by knowing our status, trying not to infect others, and reserving care for those in need.
Start Screening

TMF+ The Medical Futurist
How Would Have COVID-19 Taken Place In A Digital Health Utopia?

Online doctor visits, 24/7
See a doctor or therapist from home, using your phone, tablet or computer. If you're having a medical emergency, call 911.
Continue >

amwell
COVID-19 and the rise of Telemedicine

«Si antes teníamos que convencer a los pacientes para que hicieran telemedicina, ahora vienen corriendo». El auge de la telemedicina durante la pandemia.

EL 83,9% DE LOS PACIENTES USARON EL CUIDADO VIRTUAL EN MARZO DE 2020

LA SALUD MENTAL SIGUE SIENDO UN TABÚ

SNAPCHAT
Social media platform introduces mental health feature
To coincide with Safer Internet Day in February 2020, US based social network SnapChat announced the introduction of Here for You, a safety feature that highlights helpful content for people going through mental health or emotional issues. When users search for topics such as anxiety, depression or stress, the app brings up content authored by local mental health experts. The search results follow the same format as the usual SnapChat content and can be clicked through. SnapChat will roll out Here for You over the coming months.

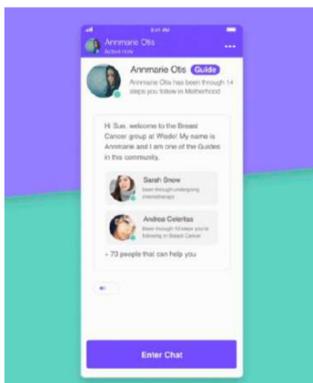
WANDERBLE
Fight anxiety and improve immunity

BBC NEWS Health
Coronavirus: How to protect your mental health

GoogleTrends
Explorar
YOGA
Término de búsqueda
Intente a lo largo del tiempo

SECTOR SALUD

How can young people can stay safe when sharing their mental health stories online?



JACK MA FOUNDATION SHARES CORONAVIRUS-PREVENTION HANDBOOK

CECILIA LI | MARCH 18, 2020

05.2020 - OMS
La OMS utiliza la plataforma social para compartir videos para las comunicaciones COVID-19



Tiempo de Juego @tjcope · 19 abr.
Daniel superó el coronavirus tras pasar 24 días en coma y lo ha contado en @tjcope

"Tuve pesadillas con la muerte pero, en el peor momento, siempre aparecía mi hija"

INFLUENCERS
Fuertes críticas a Paula Gonu por sus consejos fake contra el coronavirus

#manosseguras
858.9M visualizaciones
Añadir a Favoritos
¡Es muy importante lavarse las manos! Nos hemos juntado con WHO para promover el poder de las manos limpias. ¡Graba tu video y únete al reto #SafeHands!

THE #SAFEHANDS CHALLENGE

Coronavirus: cuán peligroso es realmente viajar en metro, autobús y avión a causa del brote
Health
Drinking coffee does not prevent or cure the coronavirus

El combate a las fake news en tiempos de coronavirus
Con el aumento de las informaciones disponibles en la internet, es necesario estar alerta a posibles fake news

Garlic is a healthy food that may have some antimicrobial properties. However, there is no evidence from the current outbreak that eating garlic has protected people from the new coronavirus (2019-nCoV)

Can eating garlic help prevent infection with the new coronavirus?

COMPARTIR EXPERIENCIAS PARA MANTENERSE A SALVO

LA NUEVA ERA DE LAS FAKE NEWS

LOLA MULLENLOWE - MAYO 2020



EL LUJO



CAMBIOS TRANSFORMADORES A LARGO PLAZO

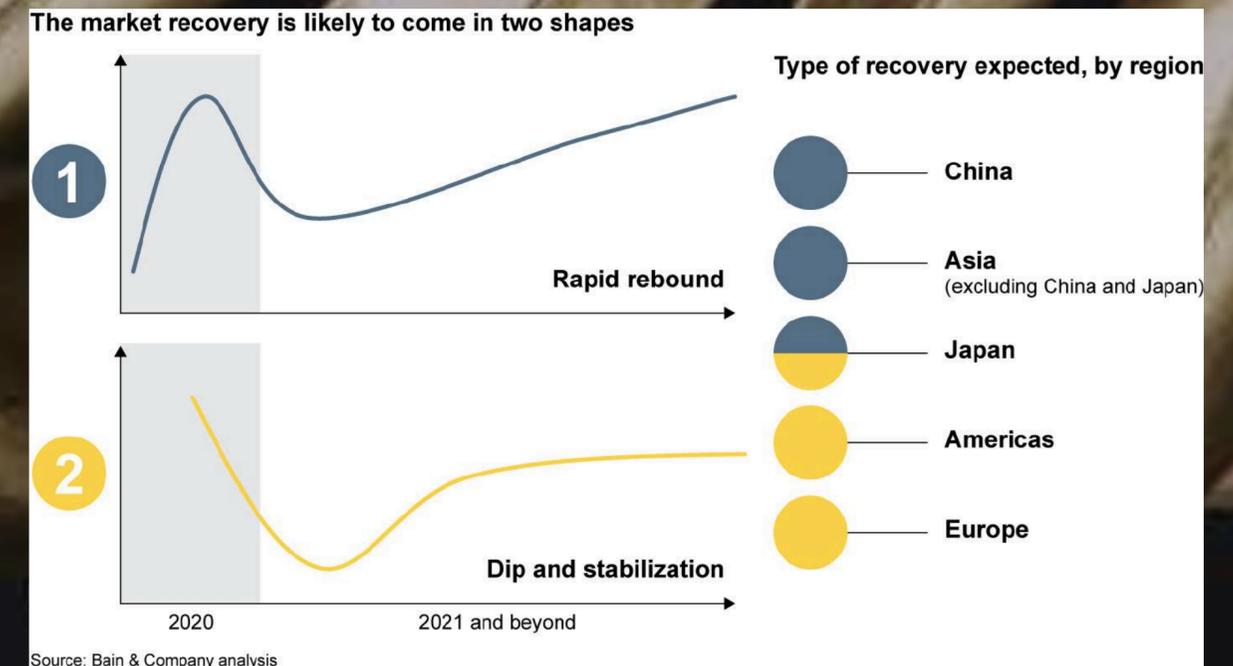
Desde las primeras etapas de la pandemia, la industria del lujo ha vivido las enormes implicaciones para el sector. Los propietarios de marcas de lujo sintieron las primeras caídas cuando Covid-19 se extendió por China, el país cuyos ciudadanos representaron el 90% del crecimiento del mercado mundial de lujo en 2019.

La voluntad de gastar en productos premium en general decrecerá. Pero a pesar del impacto a corto y mediano plazo, las marcas de lujo pueden salir de la crisis más fuertes, más innovadoras y más decididas.



CAMBIOS TRANSFORMADORES A LARGO PLAZO

China y el mercado asiático en general podrían experimentar la recuperación más fuerte; Europa y las Américas podrían sentir un impacto más prolongado, dependiendo de los cambios en su economía. Sin embargo, creemos que el crecimiento del mercado a medio plazo será respaldado por la demanda de la clase media china, un mayor apetito por los bienes de lujo entre los Millennials y la Generación Z, y la continua maduración del canal digital.





CULTURA INDIVIDUALISTA + ESPERANZA



Boston Consulting Group carried out by the CEOs and CFOs of the main luxury brands, revealed that sales in the sector could drop by as much as 30/35%, instead of the 10% initially forecast.

Bolsos sin logo (pero de marca), la última revolución millennial



Por qué el lujo silencioso va a regresar tras el coronavirus



MENTALIDAD DE LUJO SILENCIOSO

El consumidor ha tenido mucho tiempo para reflexionar y asentar sus valores. Por lo cual, se volverá mucho más exigente, también en el proceso de la compra, sobre todo en compras que requieren una mayor inversión. La ética será tan importante como la estética a medida que los consumidores prioricen las marcas con un propósito.

La experiencia también sugiere que, después de una crisis a gran escala con un alto costo emocional, las preferencias de los consumidores podrían cambiar, al menos por un tiempo, hacia un "lujo silencioso", prestando más atención a los elementos clásicos, como la artesanía y el patrimonio, con menos ostentación y "postureo".

Fuente: Global Web Index/ Forbes/ McKinsey/ Bain& Company



Tras el primer día de la reapertura de las tiendas en China, la marca de lujo Hermes facturó 2,5 millones de euros, la cifra máxima registrada hasta entonces en el país. Señal de que hay signos de recuperación.

Una vez podamos volver a recaer nuestras vidas, seremos testigos de una explosión de consumo entre algunas parcelas de la población. La gente se agolpará a las puertas de las marca de lujo para hacer sus compras, premiándose por el tiempo perdido. Muchos consumidores simplemente tendrán la necesidad de vivir el presente sin pensar en nada más.

Fuente: Global Web Index/ Forbes/ McKinsey/ Bain& Company

CULTURA INDIVIDUALISTA + DESESPERANZA

Hermès factura en un día 2,5 millones en una tienda en China abierta tras el confinamiento

Después de dos meses de encierro se formaron grandes colas ante esta firma de lujo



Nike disparó sus ventas un 30% en China durante la crisis



El lujo como terapia

Fashion designer and fast food chain partner in high-end take-out containers

EXPLOSIÓN DE CONSUMO



APOYANDO A MARCAS LOCALES

US shoe company Allbirds offers free shoes to medical workers and splits costs with you to donate more

Ralph Lauren donará 10 millones de euros para ayudar frente al coronavirus
La firma de lujo se convierte así en una de las marcas que más ha contribuido a la causa con su inversión millonaria

Clothing shop in Colorado USA gets creative with weekly window updates and touch-free pickups

Las marcas francesas de lujo apoyan a los trabajadores de la salud con una subasta única

CULTURA COLECTIVISTA + ESPERANZA

Antes de la pandemia el sector premium se asociaba con el turismo de compras: 20% a 30% de los ingresos de la industria se generaban gracias a consumidores que hacían compras de lujo fuera de sus países de origen.

Sin embargo, tras el confinamiento, será posible ver un cambio de este comportamiento. A la vez que los consumidores se verán más preocupados en apoyar las marcas y economía local, también tendrán sus viajes restringidos, lo que les obligará a comprar productos premium de tiendas y marcas locales.

Las marcas con conciencia social pueden repensar el ciclo de vida de sus productos de principio a fin, la gestión de la cadena de suministro y la eliminación del stock no vendido, ofreciendo más valor al consumidor local.



ORGULLO LOCAL MÁS FUERTE QUE UN LOGO

La opinión pública durante el brote ha estigmatizado a ciertas naciones exportadoras, desencadenando manifestaciones de rechazo en países importadores.

Las marcas deben evitar inflamar estas sensibilidades locales, ya que el propio consumidor priorizará el vínculo con su comunidad. Sin embargo, necesitarán usar todo su ingenio para modernizar su oferta a precios más accesibles y valores capaces de ir más allá de las fronteras.

Fuente: Global Web Index/ Forbes/ McKinsey/ Bain& Company

Inuit seamsters create parkas for outerwear brand

Project Atigi | Canada Goose

Ver más ta... Compartir

LOUIS VUITTON

Luxury goods group produces hand sanitizer for French hospitals

MARKET TRENDS

The Post-COPENHAGEN Rise of Conscious Luxury

Adrian Lewis Adams / March 8, 2020

Copenhagen Fashion Week requires brands meet sustainability targets

ESTE TRAJE TIENE 40 AÑOS.

COMPRÁ ROPA QUE DURE MÁS QUE LAS MODAS. SÉ MÁS VIEJO.

CULTURA COLECTIVISTA + DESESPERANZA

MENTALIDAD DE LUJO SILENCIOSO



Boston Consulting Group carried out by the CEOs and CFOs of the main luxury brands, revealed that sales in the sector could drop by as much as 30/35%, instead of the 10% initially forecast.

Por qué el lujo silencioso va a regresar tras el coronavirus



Bolsos sin logo (pero de marca), la última revolución millennial



EXPLOSIÓN DE CONSUMO

Hermès factura en un día 2,5 millones en una tienda en China abierta tras el confinamiento

Después de dos meses de encierro se formaron grandes colas ante esta firma de lujo



Nike disparó sus ventas un 30% en China durante la crisis



El lujo como terapia

Fashion designer and fast food chain partner in high-end take-out containers



Clothing shop in Colorado USA gets creative with weekly window updates and touch-free pickups

US shoe company Allbirds offers free shoes to medical workers and splits costs with you to donate more



Ralph Lauren donará 10 millones de euros para ayudar frente al coronavirus

La firma de lujo se convierte así en una de las marcas que más ha contribuido a la causa con su inversión millonaria



Las marcas francesas de lujo apoyan a los trabajadores de la salud con una subasta única

APOYANDO A MARCAS LOCALES

...s create parkas for outerwear brand



ESTE TRAJE TIENE 40 AÑOS.

COMPRA ROPA QUE DURE MÁS QUE LAS MODAS. SÉ MÁS VIEJO.



Luxury goods group produces hand sanitizer for French hospitals



MARKET TRENDS: The Post-COVID-19 Rise of Conscious Luxury

Adina-Laura Adim / March 6, 2020



Copenhagen Fashion Week requires brands meet sustainability targets



ORGULLO LOCAL MÁS FUERTE QUE UN LOGO



LA ÚLTIMA PAUSA PARA REFLEXIONAR

La pandemia del COVID-19 ha cambiado el mundo tal y como lo conocíamos. Aunque en un primer momento no podemos predecir ninguno de los escenarios con certeza, sabemos que la clave estará en encontrar el equilibrio entre el cambio de valores que se da en la sociedad y el valor que las marcas pueden aportar a ella.

El futuro para las marcas dependerá de cómo éstas interpreten los diferentes escenarios y cómo empaticen con la situación actual. Por lo cual, aquellas marcas que sepan capitalizar estos cambios sin renunciar a su esencia, son las que se volverán más relevantes en esta nueva era.



¡GRACIAS!

PARA MÁS INFORMACIÓN

Tom Elliston - Global Business Director
tom.elliston@lola-mullenlowe.com

Antonio Martín - Account Director
antonio.martin@lola-mullenlowe.com