

EBOOK INTERLAT

**Ingredientes para el
proceso de transformación
que implica la nueva
normalidad**

i
n
t
e
r
l
a
t

g
r
o
u
p

Julio de 2020



CONTENIDO

- 3** Interlat Digital Enterprise Intelligence
- 4** ¿Hablar de una nueva normalidad?
- 7** Las cuatro fases en el comportamiento del consumidor colombiano
- 12** Nueve prácticas en el Teletrabajo para una buena salud y productividad
- 18** ¿Cómo afrontar el 'New normal' ? #BeSure #MoveFaster #ActSmarter

SOBRE INTERLAT



Nacimos en **junio de 2006** con la visión de **construir cultura digital en Latinoamérica** en habla hispana, mediante la formación presencial y virtual en temas como: **Emprendimiento Digital, Comercio Electrónico, Marketing Digital, Turismo Digital, Transformación Digital.**

Somos **Digital Enterprise Intelligence**, nos encargamos de ayudar a crecer junto al **talento humano** en las áreas digitales de las compañías en el **territorio Latinoamericano**. Contamos con **cuatro unidades de negocio** basados en la prestación de servicios, comercialización de soluciones, capacitación y organización de eventos.

Servicios Digitales

Realizamos **monitoreo tradicional y digital inteligente** para la toma de decisiones de tu empresa.

Soluciones SaaS

Representamos **soluciones en la nube** que contribuyen al crecimiento digital de su organización.

Escuela Digital

Desarrollamos habilidades digitales para el **crecimiento del talento humano** en procesos de transformación.

Latam Digital

Generamos valor y **reconocemos el crecimiento de la industria digital en Latinoamérica**, con nuestros eventos.

En estos años hemos impactado a más de **500.000 personas** en la región con nuestros **seminarios web, cursos cortos, diplomados, congresos y Premios #LatamDigital.**

¡Actualmente, nos consolidamos como líderes en Digital Enterprise Intelligence!



¿Hablar de una nueva normalidad?

i n t e r l a t
g r o u p



Cada 39 segundos muere un niño de neumonía. Hay una vacuna desde hace 43 años.

NORMAL

Una enfermera en la portada de la revista del New York Times.

NO ES NORMAL

1 de cada 5 niños no va al colegio.

NORMAL

El coronavirus hace que los científicos y las compañías tecnológicas ofrezcan sus patentes bajo licencias de código abierto.

NO ES NORMAL

La contaminación en el aire causa 8.8 millones de muertes prematuras cada año.

NORMAL

En África las compañías de telefonía móvil ofrecen acceso gratuito a recursos educativos en línea.

NO ES NORMAL

Los influencers más famosos ganan más de 1 millón de dólares por una publicación en las redes sociales.

NORMAL

Durante la pandemia del COVID-19. Los picos del Himalaya fueron visibles por primera vez en 30 años.

NO ES NORMAL

Marzo de 2020: por primera vez en 18 años, no hay tiroteos en las escuelas de los Estados Unidos.

NO ES NORMAL



El gap tecnológico de las empresas pasó de 5 años a días y semanas.

NO ES NORMAL

Se avistan ballenas frente a las costas de Marsella, Francia.

NO ES NORMAL

En los últimos 20 años. La guerra ha destruido 30 sitios del patrimonio mundial.

NORMAL

9 de cada 10 casos de periodistas asesinados siguen sin resolverse abierto.

NORMAL

200 especies se extinguen cada día.

NO ES NORMAL

Los investigadores secuenciaron el genoma del coronavirus en 3 días gracias al intercambio de datos científicos entre países.

NO ES NORMAL

11 países atrapados en conflictos de larga duración han declarado un alto al fuego.

NO ES NORMAL

La demanda de periodismo independiente ha aumentado desde el inicio de la crisis.

NO ES NORMAL

ES EL MOMENTO DE CONSTRUIR ALGO MEJOR QUE LO NORMAL. TODO EMPIEZA CON LA EDUCACIÓN, CIENCIA, CULTURA, INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA

Fuente: Unesco. McKinsey Digital.



Las cuatro fases en el comportamiento del consumidor colombiano

El estudio de **Ipsos Colombia** reveló el impacto en las prioridades y comportamientos de las personas desde que empezó el Coronavirus, aquí te revelamos cuál ha sido su evolución.

El experto en **escucha social y análisis de audiencia Ipsos**, explicó las etapas por las cuales ha pasado el consumidor colombiano durante el confinamiento, estudio que sin duda, muestra la situación actual y el proceder futuro de las personas.





Primera fase: Sensación de miedo, incertidumbre y angustia.

1

El comportamiento de los colombianos marcado en este momento por la emociones negativas

* Nuevos valores, nuevos hábitos y otra forma de ver las cosas, se tiene fe en un nuevo comienzo que nos ayude como sociedad a ser mejores.

* La economía pesa más que la salud, hoy los Colombianos se preocupan más por las repercusiones económicas a largo plazo que de la posibilidad de enfermarse.

2

La población se divide según su sensación de seguridad y preocupación

* **56% se sienten vulnerables**, preocupados principalmente por la situación económica y laboral, han bajado sus ingresos mientras han incrementado sus gastos en el hogar, en especial en productos de limpieza y cuidado personal. Obligados a pedir préstamos tanto bancarios como a familiares. **Perciben una mayor sensación de miedo, angustia e incertidumbre**, que les genera estrés. "La vida sigue y algo nos vamos a tener que inventar"

* **23% se sienten tranquilos**, dada su estabilidad laboral y disminución en el gasto lo que los lleva a **no sentir real inseguridad ni preocupación**. Buscan que su hogar sea un refugio confortable para todos y son más creativos, "lo que vaya a pasar pasará, tengamos fe en que nosotros vamos a salir adelante de esta situación".

3

Resueltas las necesidades básicas, buscamos nuevas soluciones que nos generen bienestar

* El cambio de prioridades en los gastos es evidente, **minimizando los gastos de lujo y dando importancia a gastos de confort**, nuevos rubros hacen más fácil la nueva realidad y la vida dentro del hogar, según la encuesta cobra importancia: Las telecomunicaciones (64), la educación online (56), la tecnología (41) y pagos por internet (46).

4

Un alfabetismo digital es inminente

Lo más dinámico se concentra en nuevos gastos (**especialmente digitales**) y en general bienes y servicios enfocados a la practicidad y el confort. Esto seguramente **cambiará la forma en que haremos las cosas a futuro**, descubriendo una simplicidad y seguridad a nuestra cotidianidad post-COVID 19.



¿Cómo pueden las marcas ayudar a enfrentar los miedos de la inestabilidad económica por el aislamiento?



Segunda fase: el shopper y los cambios de conducta

La ecuación ingreso – gasto es desfavorable para la mayoría de los colombianos

* El 76% se sienten vulnerables, aquellos más afectados económicamente empiezan a hacer sacrificios y priorizar compras. Mientras quienes mantienen sus ingresos dan mayor importancia a su bienestar e indulgencia.

1

Se priorizan las necesidades actuales

Aquellos más vulnerables económicamente **priorizan gasto en adaptarse a la nueva realidad y necesidades básicas**, mientras los demás buscan **indulgencia y bienestar** a través de diferentes productos: Protección salud (86%), cuidado personal (55%), alimentos (59%) y tecnología (17%).

2

Compra relacionada con nuevas necesidades, la inversión en tecnología se vuelve una necesidad básica

Protección salud: Tapabocas (77%), antibacterial (73%), alcohol (67%), papel higiénico (87%), jabón líquido (73%), pañitos (52%).

Tecnología: Computador (14%), tablet (8%), impresoras (7%).

3

La omnicanalidad potencializada en la coyuntura

* Hay un aumento en las compras online en los estratos altos llegando al 26%.
* 40% cree que online será el principal medio de compra en el futuro.

4

i n t e r l a t g r o u p

¿En este contexto, cómo pueden las marcas de cada categoría crear valor social?





Tercera fase: Cambios de comportamiento social

1

El confinamiento nos hizo ver que podemos suplir necesidades desde el hogar

Aumentó la actividad en el hogar: Cocinar (80%), labores del hogar (77%), realizar pasatiempos (57%) y pasar tiempo con los niños (51%). Esta reconfiguración nos lleva a considerar **nuevas opciones a futuro** - **Posibilidad de adopción:** trabajar desde casa (30%), educación online (36%), ejercicio en casa 28%.

2

La vida cotidiana se vio afectada de inmediato, pero es el miedo y la sensación de inseguridad los que moldearán los comportamientos futuros

Actividades fuera del hogar que dejaron de hacerse y disminuirán a futuro: vida nocturna (97%), comer afuera (97%), ir a centros comerciales (98%).

3

Evidente reducción futura del uso de efectivo y espacios físicos para los servicios financieros

Pago de obligaciones, índice de uso futuro. El ahorro de tiempo y la practicidad son los **principales aliados de los movimientos financieros Online:** Pago en línea (56%), corresponsal bancario (35%), Apps (27%), transferencia (30%).

4

Inminente aumento de endeudamiento en los hogares al verse afectada la relación ingreso-gasto

Solo el 18% no ha tomado ninguna medida. Los desempleados son los más vulnerables a préstamos mientras los independientes acuden a casas de empeño y venta.





Cuarta fase: La nueva normalidad

Los colombianos buscan cómo enfrentar la crisis y los retos que esto les plantea

Recalculando el rumbo (cumplir, diferentes, metas)

Inestabilidad económica (falta, dinero, escasez, familia)

1

Las percepciones de seguridad y preocupación se mantienen estables en la población pero los hábitos van cambiando

Adaptación fuera del hogar: Tranquilos (20%), vulnerables (57%).

Adaptación dentro del hogar: Controlados y precavidos (12%).

2

El desarrollo personal como principal prioridad luego de pasar con la familia el 100%

77% tiempo para aprender cosas nuevas (77%), dedicar tiempo al estudio (64%), tiempo para leer (50%), videollamadas (52%)

3

En Interlat Digital Enterprise Intelligence incentivamos el uso de las soluciones en la nube como Synthesio líder en la industria de plataformas en la arena de **escucha social** (empresa de Ipsos), que al abarcar más de **600.000 millones de fuentes en 195 países y 80 idiomas diferentes**, es capaz de realizar **estudios de mercado de alta magnitud**.



i n t e r l a t g r o u p

¿Cómo pueden las marcas ayudar a los usuarios a prepararse para una nueva realidad?





Nueve prácticas en el Teletrabajo para una buena salud y productividad

En la década de los 70's el trabajo remoto surgió para superar la crisis económica del petróleo, desde ese momento hasta hoy, ha sido **la gran forma de solucionar** las fuertes situaciones económicas de las empresas.



El aislamiento social desencadenó radicales transformaciones en la rutina de las personas, obligados y de forma inmediata tuvimos que emplear el modelo **'home office'**. Sin embargo, ¿Cómo saber si estamos ejerciendo buenas prácticas en digital?

“En un escenario planeado es esencial tener líderes alineados, una política definida y flujos de trabajo coordinados. Pero en las circunstancias actuales, se debe actuar rápido para ser productivo en casa, **la clave para adaptarse al home office es apoyarse en la tecnología**, es verdaderamente importante para organizar y cumplir la estrategia”,

señaló **Carlos Santana**, Emprendedor Endeavor y CEO de Acsendo.



¿Cuáles son las ventajas del trabajo remoto?

- Aumento del 23% de productividad.
- Reducción del 63% de ausentismo.
- Reducción del 18% de los costos de planta física.
- Reducción del 25% de renuncias.

Fuente: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones



El trabajo a distancia en un lugar ajeno al del empleador, nunca antes fue tan **popular**, por eso quisimos compartirte una guía para que conozcas el **método estratégico** más adecuado para adaptarse a esta modalidad:

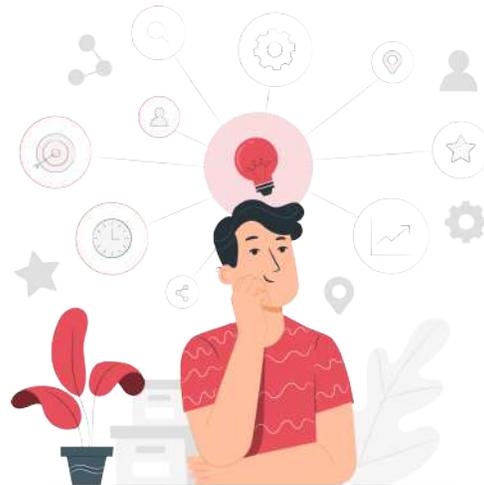
1. Una comunicación que se intensifica



La nueva forma de trabajar debe ser orientada a la **cercanía constante con las personas**. Basados en la investigación de la **AIMIC*** los datos revelan que un 43,6% de las personas están teletrabajando, donde el 37,6% usan videoconferencia y el 87,5% usan videollamadas.

2. 100% más flexibles

El análisis de las **plataformas de Social Listening** arrojan que el 86% de los consumidores han **variado sus hábitos**. Un ejemplo, son los procesos de **selección a cargos corporativos** gestionados de forma online con un incremento del 150% a través del uso de videoentrevistas, según el **Grupo Adecco**.





3. Las iniciativas del mercado para adaptarse

De acuerdo con la más reciente encuesta de **Searchlogías y Latinoamérica** el 74% de los trabajadores tienen las **herramientas tecnológicas** para trabajar desde sus casa, no **obstante** el 66% de las empresas **aceptan no tener los procedimientos adecuados** para evaluar su desempeño. **DEMOS** durante los meses de abril y mayo, lograron una participación activa de más de 400 personas.



4. Fomentar una cultura de teletrabajo

De acuerdo con la más reciente encuesta de **Search Latinoamérica** el 74% de los trabajadores tienen las **herramientas tecnológicas** para trabajar desde sus casa, no obstante el 66% de las empresas **aceptan no tener los procedimientos adecuados** para evaluar su desempeño.

5. Contar con un Dashboard de gestión

La tranquilidad de los **líderes** de las organizaciones está ligada a poseer un **tablero de control** para monitorear a sus colaboradores. Es por eso, que las compañías trabajan con **herramientas business Intelligence** para lograr obtener métricas, analizar los datos y detectar problemas. **Hootsuite**, solución líder global en gestión de redes sociales la cual en Interlat Digital Enterprise representamos comercialmente en Latinoamérica, logra visualizar y clasificar las tareas desde un solo canal.



“Cada organización debe tener **plataformas de gestión**. Nosotros trabajamos con **Soluciones** que nos permiten obtener métricas, reportes y KPI's. Además, los líderes logran tener acceso al trabajo de su equipo con ayuda de los **dashboard de gestión** los cuales aportan señales y reportes semanales según sea la labor”,

señaló **Sebastián Jaimes**, Director en **Michael Page**.

6. Habilidades de autogestión

El nuevo escenario exige **una mentalidad fuerte** por parte del equipo de trabajo y los líderes. La **Organización Mundial de la Salud** define el bienestar mental como un **estado psicológico**, en el cual una persona es **consciente de sus capacidades** y puede **afrentar las dificultades** que se presentan en la vida cotidiana.

7. Es momento de asegurarse

Según **Kaspersky**, **tres de cada cuatro empleados** que trabajan desde su casa aún no han recibido **ninguna orientación o capacitación** en temas de ciberseguridad. La solución es blindar a tiempo tu marca de ataques ¿Y esto cómo lo consigues? Estableciendo políticas de seguridad, **softwares de protección**. En **Interlat** trabajamos junto a nuestro partner **Zerofox** plataforma que identifica y gestiona los riesgos de tu marca.



8. ¡Reinventarse, ese es el único camino!

Según la **consultora Innosight**, la longevidad media de las empresas ha pasado de 33 años en 1964 a 24 años en 2016, y se espera que descienda a solamente 12 en 2027. El panorama habla de una '**nueva normalidad**' que tiene que ver con la **toma de decisiones avaladas por data** obtenida de nuevas técnicas, junto con un **criterio audaz** basado en autoconfianza y seguridad **herramientas indispensables** para la reinención de las empresas.



“Como fisioterapeuta **no me veía haciendo actividades digitales**, sin embargo, no tuve otro camino más que **reinventarme** para llevar a cabo mi labor. He tenido que **aprender a desarrollar nuevas habilidades** de comunicación, **estudiar y practicar el manejo de nuevas plataformas digitales**. Ya más adaptados, siento que la actitud **ha sido más receptiva y participativa**” expresó

Estephanny Pernía, Fisioterapeuta Especialista en Seguridad y Salud en el Trabajo de la Universidad del Rosario, Colombia.



9. Todo parte de la capacitación

Según estimaciones de **Adecco** se trata de una de las **grandes inversiones** que una empresa puede hacer para **potenciar el desarrollo de su personal**. Una **capacitación efectiva** solucionará problemáticas presentes y a largo plazo será una buena práctica. Te recordamos que **Interlat Digital Enterprise Intelligence** apoya la capacitación del talento digital de tu empresa en Soluciones Avanzadas.

Beneficios y bondades del trabajo remoto

- Mide y refuerza capacidades autónomas.
- Concilia los ámbitos familiar y laboral.
- Motor de inclusión social.
- Mecanismo de inserción social.
- Propicia mejores condiciones laborales.
- Provee salud mental.
- Medio para la reconversión y reincorporación laboral.

Finalmente, de acuerdo con **Jaimes**, “las empresas han abordado esta situación de **forma positiva** y sin duda, marcó una tendencia que va a hacer indefinida. Hoy ya acostumbrados, sabemos que la **clave para adaptarse** son las rutinas positivas, la organización del tiempo con agendas, objetivos, indicadores y cultivar una **buena relación con los jefes y los pares de trabajo**, así empleamos una **rutina sana** tanto mental, como emocional y productiva”.

*La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)

*Registro de Direcciones de Internet de América Latina y Caribe (LACNIC)



¿Cómo afrontar el 'New normal'? #BeSure #MoveFaster #ActSmarter

Garantizar salud y seguridad a tus clientes será la máxima prioridad, esta es una guía de los aspectos que deberá tener en cuenta tan pronto quiten las restricciones de cuarentena.

Este artículo se basa en el último índice de salud y seguridad de **Ipsos**, compañía de **Marketing Research**, la cual, gracias a soluciones como **Synthesio**, líder en la arena de la **Escucha Social**, permite tener una visión más amplia sobre lo que está sucediendo en la agenda emergente.



Reabrir las puertas de la confianza

De acuerdo con **Ipsos**, la mayoría de usuarios en **9 de 16 países** **considera un riesgo abrir sus negocios**, y aunque los protocolos de limpieza y seguridad en los **supermercados** han demostrado ser un ejemplo para las demás industrias, los consumidores declaran que **en este momento no pueden confiar** en ninguna marca, ni en ninguna industria.

La **Encuesta de Opinión del Consumidor** realizada por **Fedesarrollo**, confirma dicha conjetura, "la **disminución en la confianza** de los consumidores frente a marzo de 2020 obedeció principalmente a una **caída en el índice de condiciones económicas** y en menor medida, a una reducción en el **índice de expectativas de los consumidores**", señaló la entidad en un comunicado.



Top 3 de industrias que generan confianza en los usuarios en temas de salud y seguridad (Ipsos)

- Tiendas comestibles y supermercados 78%
- Bancos 74%
- Tiendas de grandes superficies 75%

¿Cuáles son las acciones más adecuadas para afrontar la nueva normalidad?

Según el informe, **investigaciones sobre las crisis económicas pasadas** muestra que las **ansiedades de salud y seguridad** pueden **persistir durante años** después del pico de crisis, por consiguiente asumir 'el new normal' implica:



#ActSmarter 1

Es **cuatro veces más importante** tomar en serio la seguridad de los clientes y empleados, incluso más que brindar un **buen servicio al cliente**.



#MoveFaster 1

El 62% de los usuarios afirma **no demostrar interés** en los comerciantes que **no se tomen en serio la salud y seguridad**, de hecho, la **tasa de deserción potencial deja poco margen de error**.

i
n
t
e
r
l
a
t
g
r
o
u
p



#BeSure 1.

De cada 4 consumidores está dispuesto a pagar **10% más** a las marcas que se **destacan por brindar protección social**, incluso estarían dispuestos a pagar un **25% más**. No obstante, quienes actúan bien, se están ganando el derecho de **cobrar una prima** por sus productos.



#ActSmarter 2.

Aproveche su mayor activo: **sus empleados** y haga que sus **acciones de seguridad sean visibles**, la mano de obra e inversión ya es lo **suficientemente costosa** para que nadie lo note.



#MoveFaster 2.

Revise y ajuste la tecnología e infraestructura remota, puede comenzar **integrando plataformas en la nube** para adaptarse a nuevos procesos y ampliar canales de comunicación y reporte.



#ActSmarter 3.

Utilice **soluciones de monitoreo** para reportar y tomar las **medidas necesarias** al interior de la organización, en esta situación, útil para el reporte de salud de los empleados.

i
n
t
e
r
l
a
t

g
r
o
u
p



#Besure 2.

Los informes indican que **las preferencias y expectativas de los consumidores** cambiarán en los próximos meses, las marcas deberán reevaluar **periódicamente las prioridades comerciales y ajustar las políticas en consecuencia.**

De acuerdo con **Marco Orbezo**, Advisory Partner en EY, "las empresas deben **vigilar atentamente los cambios** en curso en la economía global, **adopción de tecnología**, normas sociales y comportamiento del consumidor, que juntos **darán forma a la 'nueva normalidad'** post-coronavirus, y adaptar su estrategia y modelo de operación para **poder superar la crisis y aprovechar las oportunidades** que se generen a futuro", señaló.

Adaptarse al 'New Normal' exige un '**cambio experiencial**'. La apertura de los establecimientos físicos implica crear un conjunto de **acciones inteligentes** con el objetivo de entablar una **confianza real con los empleados y clientes**, es crucial para las marcas demostrar su empatía.

¡Ahora más que nunca!

i
n
t
e
r
l
a
t

g
r
o
u
p



DERECHOS DE AUTOR

Edición 2

Julio 2020

Dirección y Coordinación Editorial

Carrera 15 # 86b-82

PBX: 6410186

Bogotá, Colombia

Dirección General

Luis Carlos Chaquea

Dirección Editorial de Marketing y Formación

Diego García

Producción y Content Manager

Karen García

Edición y Diseño Gráfico

Juan Sebastián Blanco

Página Web

www.interlat.co

Un producto de Interlat Digital Enterprise Intelligence

Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial y/o su traducción a cualquier otro idioma sin previa autorización escrita de sus editores. 2020.

Representantes para Latinoamérica de:



Correo: info@interlat.co
Teléfono: + 57 (314) 348 43 - 61

-  @interlat - @_LatamDigital
-  @InterlatGroup - @LatamDigital
-  @Interlat.co - @_LatamDigital
-  @Interlat - @LatamDigital