

# Sostenibilidad, salud y productos duraderos: así será la era post-covid-19

El informe 'Restart: 10 Post Covid-19' elaborado por Opunno identifica diez tendencias que marcarán el futuro de la economía, los negocios y la sociedad, así como el camino para que las empresas se adapten cuanto antes a la nueva realidad. Para acercar este conocimiento a los responsables corporativos y profundizar en el impacto de las tendencias, la consultora organizó un 'webinar' junto a líderes de distintos sectores, al que se sumaron más de 1.000 asistentes de más de 15 países.

Reactivar la economía y recuperar la normalidad serán las dos grandes prioridades globales una vez vencida, o cuanto menos controlada, la covid-19. Pero, para hacerlo de la mejor forma posible, tendremos que tener en cuenta las lecciones que nos deja esta crisis y bajo la certeza de que el mundo que nos espera será muy distinto del que conocíamos. Y, aunque *"no sabemos cómo será ese mundo, tenemos herramientas para intentar predecirlo"*, afirma el **CEO y fundador de Opunno, Pedro Moneo**. La consultora de innovación ha publicado el informe *Restart: 10 Post Covid-19 Trends*, en el que identifica **10 tendencias que podrían estar a punto de empezar a modelar ese nuevo mundo**. Para acercar a la sociedad el conocimiento recopilado, **Opunno** organizó en abril un webinar público en el que participaron líderes económicos y sociales para poner en contexto la información y ampliarla desde sus distintos puntos de vista, y al que se sumaron más de 1.000 asistentes de más de 15 países. Como concluye en **director General de Opunno, Tommaso Canonici**, *"las empresas que tendrán éxito en el largo plazo no serán solo las que mejor gestionen esta crisis, sino las que se sepan adaptar mejor a la nueva normalidad"*.

A continuación, recopilamos las 10 tendencias post-Covid identificadas por Opunno:

- **Hipocondría social: bienestar, salud e higiene, para nosotros y nuestros seres queridos.** Nunca volveremos a ser los mismos. La gente se cuidará más a sí misma y también a los demás. La hipocondría se convertirá en una palanca para innovar en la industria de la salud, los cuidados y el bienestar. Veremos revoluciones como las personas cuantificadas, el diagnóstico asistido y los tratamientos personalizados. La medicina preventiva se afianzará: llevaremos más sensores para monitorizar nuestros parámetros vitales y evitar problemas de salud. Generaremos más datos, que evaluarán

profesionales ayudados por sistemas de inteligencia artificial (IA) para personalizar los tratamientos. *"Tenemos que repensar nuestras experiencias de clientes para darles seguridad. Visionamos un futuro donde casi todas las empresas se transformen en empresas de salud"*, añadió **Canonici**.

- **Low cost con valores y alargoescencia programada.** La crisis del coronavirus nos ha demostrado que la economía, nacional e individual, es frágil. La gente ahorrará más, lo que favorecerá la aparición de nuevos métodos de ahorro y productos financieros enfocados al medio y largo plazo. Esto supondrá una gran oportunidad para la industria financiera y las *fintech*. Además de ahorrar, quizá la recesión nos obligue a ganar menos, lo que fomentará la vida *low cost*, pero sin perder los valores y la conciencia que los consumidores han alcanzado en los últimos años. Reducida la capacidad de gasto, la gente poseerá cada vez menos cosas, pero querrá que duren más y que sean más respetuosas con la sociedad y el ambiente. Será la era de la 'alargoescencia programada', un terreno especialmente fértil para la industria y el gran consumo. *"Nos fijaremos muchísimo más en las etiquetas, de dónde vienen los productos, los valores que tiene la marca, lo comprometidas que están las marcas con la sociedad"*, explicó **Canonici**.

- **Economía del reconocimiento: los nuevos héroes.** Más allá del profesional sanitario, los héroes del nuevo mundo serán los transportistas, los trabajadores de supermercados, el personal de limpieza, los cuidadores de personas mayores y las distintas fuerzas de seguridad. Habíamos olvidado la importancia de estos trabajadores, y la crisis de la covid-19 la ha puesto de manifiesto. Debemos poner en valor sus servicios, lo que será una oportunidad y un desafío para la industria de la alimentación, la logística y los bienes de primera necesidad.

- **Servicio Básico Universal.** La economía digital, dominada por los gigantes de los datos, reabrió el debate de la renta básica universal. Ahora, la pandemia de la covid-19 podría impulsar el concepto de los servicios básicos universales, una idea que ya funciona desde la llegada de los servicios *freemium*. A medida que diferentes servicios se aproximen a coste marginal cero, empresas y gobiernos tendrán la oportunidad de crear versiones gratuitas para los más desfavorecidos. Además, estos servicios podrán convertirse en un gancho comercial para conseguir nuevos clientes.
- **Digital por defecto.** El teletrabajo masivo ha llegado a la fuerza y para quedarse. Las relaciones en remoto, tanto laborales como comerciales, serán más habituales y se convertirán en una palanca para atraer talento. Este cambio favorecerá la tendencia en auge de los nómadas digitales y de la España vaciada. En este contexto, los sectores de viajes y la industria de *facilities management* encontrarán una gran oportunidad para innovar. El consumo digital se disparará, las empresas y sus modelos operativos tendrán que adaptarse con automatización masiva y eliminación de la fricción de la tecnología, tanto en su componente física, mediante la robótica, como en su componente digital, mediante la IA. Este cambio vendrá reforzado por economía de costes, por necesidad de crear productos ultrapersonalizados, y por responder a contingencias que limiten la disponibilidad de personas.
- **Patriotismo industrial: la reindustrialización de Europa y España.** El desabastecimiento reforzará la importancia de la investigación, de la producción propia y de la redefinición de la cadena de suministro. En los próximos años, tanto ciudadanos como gobiernos serán más proteccionistas en sus hábitos de consumo o tendrán que redefinir su cadena de suministro. Esto generará una gran oportunidad para impulsar la industria española, para 'volver a los *basics*' y reivindicar el '*made in Spain*'. La globalización se verá obligada a redefinirse por razones ambientales, sociales y estratégicas.
- **La economía de la sostenibilidad.** Tras la pandemia, gobiernos, empresas y ciudadanos recuperarán la lucha contra el cambio climático. Sabemos que se avecina una recesión económica, pero las empresas que no sean sostenibles pueden perderlo todo. La sostenibilidad se convertirá en el nuevo gran pilar de los valores corporativos y personales. Y lo hará desde todos sus ángulos, porque, para que algo sea sostenible, debe serlo en los ámbitos económico, humano y ambiental.
- **Business Future Thinking:** estrategia empresarial más futurista, colaborativa y abierta. A partir de ahora, la gestión empresarial manejará escenarios más o menos apocalípticos con planes de contingencia. Rodearse de visionarios, tecnólogos, futurólogos y *envisioners* será cada vez más importante y las predicciones se harán a cada vez más corto plazo. Además, las empresas serán más colaborativas.
- **Capitalismo en la *slow society*.** La ralentización que estamos viviendo nos obligará a redefinir los KPI (Key Performance Indicators) por los que medimos a las empresas. Puede que veamos cosas nuevas, valoraciones con PER (relación precio beneficio) acordes con la previsión de beneficios de sus siguientes cinco años, que para algunos sectores serán sensiblemente inferiores. Una vez más, los ESG (*environmental, social and corporate governance*) serán un componente fundamental de la valoración de las empresas.
- **Desconfianza masiva:** fe en el liderazgo intelectual y transparente. El mundo actual, falto de liderazgo intelectual, cultural y ético, necesitará nuevos referentes. La credibilidad de las fuentes de información se volverá estratégica, igual que la transparencia y el conocimiento profundo, elementos que deberán convertirse en los nuevos valores y pilares de cualquier marca que quiera sobrevivir. Gobiernos, empresas, medios de comunicación ya no podrán basarse en estrategias frívolas y populistas. Mentir dejará de ser una opción.



#### ❖ Opinno

Opinno es una compañía global de innovación nacida en Silicon Valley en 2008 que transforma organizaciones mediante el uso de metodologías innovadoras diseñadas por emprendedores. Con más de 250 empleados y presencia en 6 países (España, EE.UU., México, Ecuador, Argentina, Colombia), es una de las consultoras líder de innovación, especializada en el diseño de estrategias de innovación y digital, transformación cultural/corporativa y nuevas formas de trabajar (*agile, lean*, modelos colaborativos), diseño de productos y servicios digitales, *reskilling* digital de la fuerza de trabajo, prototipado, diseño e implementación de estrategias de innovación abierta. Opinno ha consolidado un ecosistema de innovación y tecnología que cuenta con grandes expertos en innovación y tecnología de todo el mundo, además de editar la revista del MIT *Technology Review* en español. ◆