

LO QUE VENDRÁ

El cooperativismo financiero
en un mundo pospandemia



REACTIVACIÓN Y RECUPERACIÓN ECONÓMICA

20 Y 21 DE OCTUBRE

Leyendo en las discontinuidades

1. IDEA: Megatendencias

2. IDEA: Cultural Global Drivers. Dinamizadores culturales

3. IDEA: Digital Trends en el espacio de los flujos

Tendencias tecnológicas para un mundo digital acelerado a raíz de la pandemia

4. IDEA: Consumer Trends

Cambios en el comportamiento del consumidor, más allá de la COVID-19

5. IDEA: Tendencias en la industria bancaria

Claves para el cooperativismo financiero

1

MEGATENDENCIAS

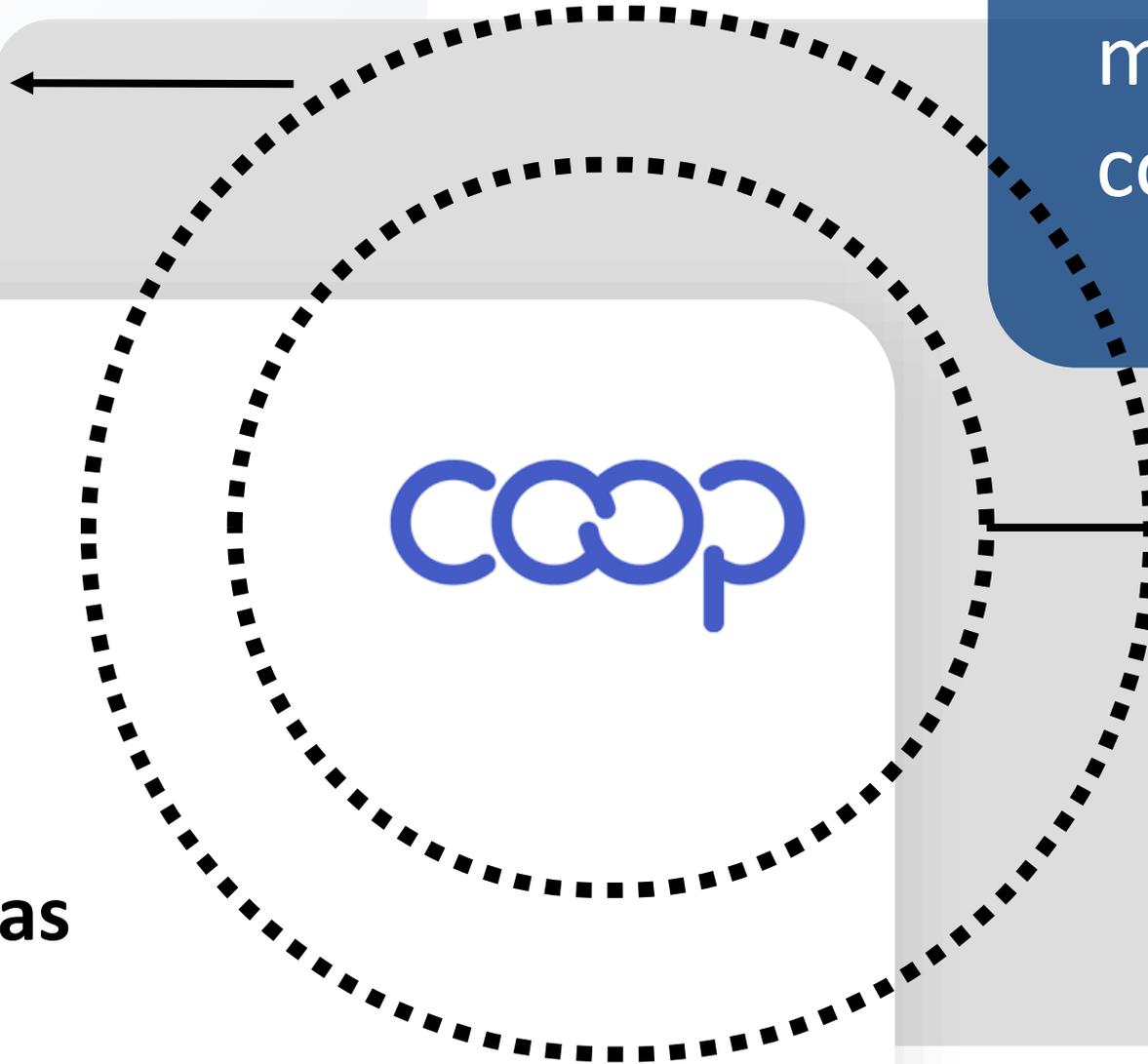
“Si no esperas lo inesperado, no lo encontrarás cuando llegue”

Heráclito

Macro entorno



**El ámbito de las
Las causas:
Megatendencias**

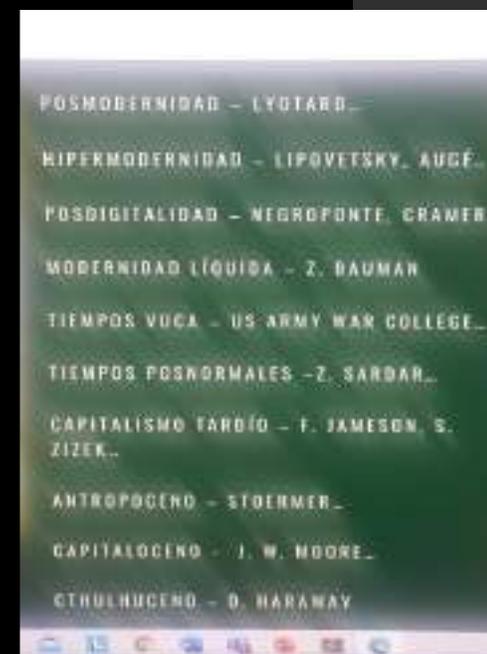
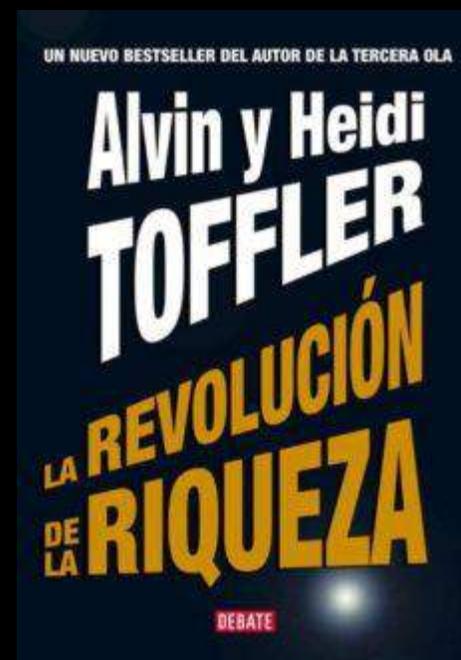
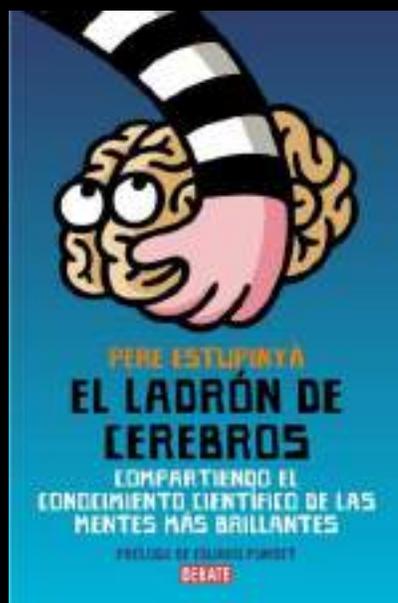
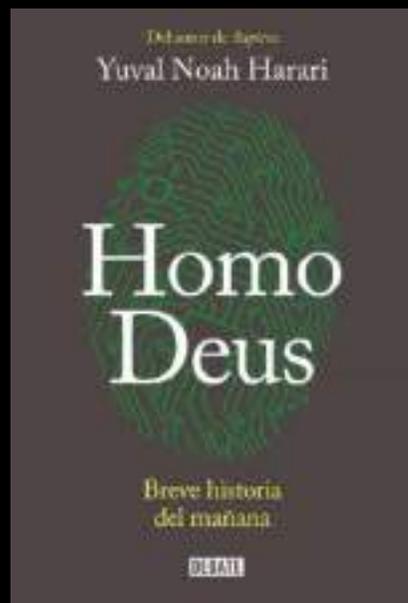


**Un entorno
multidimensional,
complejo, incierto**

Micro entorno



**El ámbito de las
consecuencias:
La gestión**

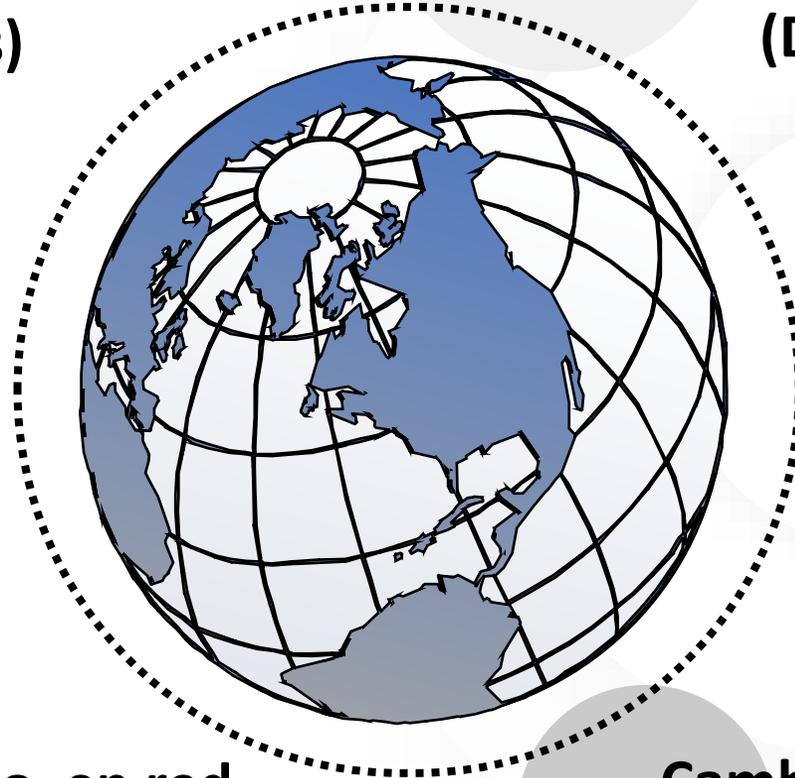


Megatendencias

Cambios en el comportamiento Social (Global cultural drivers)

Cambios demográficos (Consumer Trends)

Nuevas formas de capitalismo, en red y plataformas



Tecnologías disruptivas (Digital Trends-Ciberespacio)

Escasez recursos naturales (nuevas formas de energía)

Cambios en el poder económico y geopolítico mundial

2

GLOBAL CULTURAL DRIVERS

La conciencia global es un impulsor social y cultural que tiene el potencial de cambiar la realidad

Activadores sociales

Sostenibilidad



Activadores sociales

Conciencia social



Activadores sociales

Turistificación



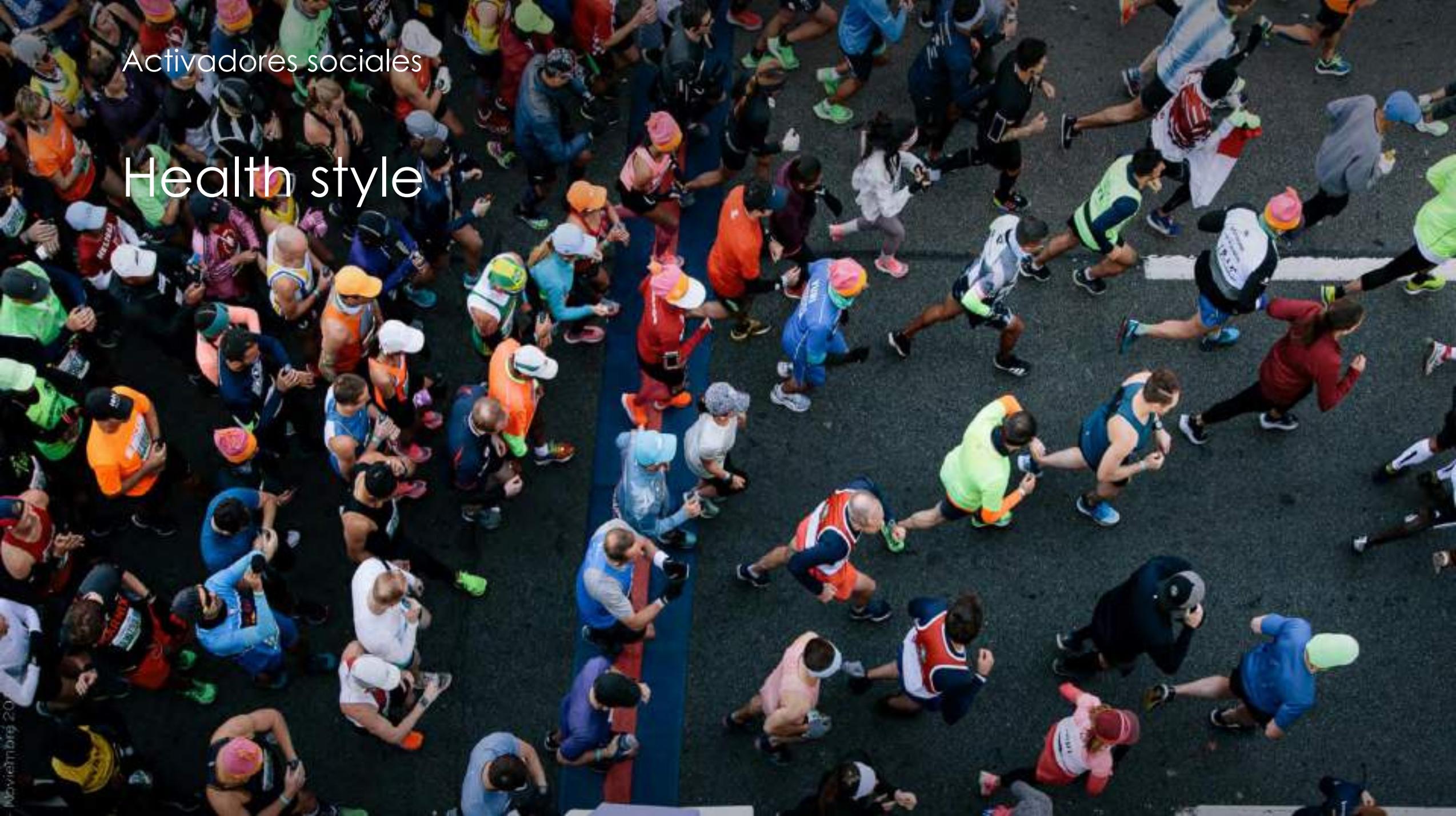
Activadores sociales

Inclusión



Activadores sociales

Health style



Activadores sociales

Food culture



Activadores sociales

Inteligencia tecnológica





3

Digital Trends 2021

Tendencias en experiencias tecnológicas para
un mundo digital acelerado a raíz de la pandemia.

Tendencia 1

Gamificación sin límites

Las mecánicas de juego proliferan en escenarios comerciales.

MissionRacer

Iniciativa de Amazon para mejorar la experiencia de sus trabajadores.



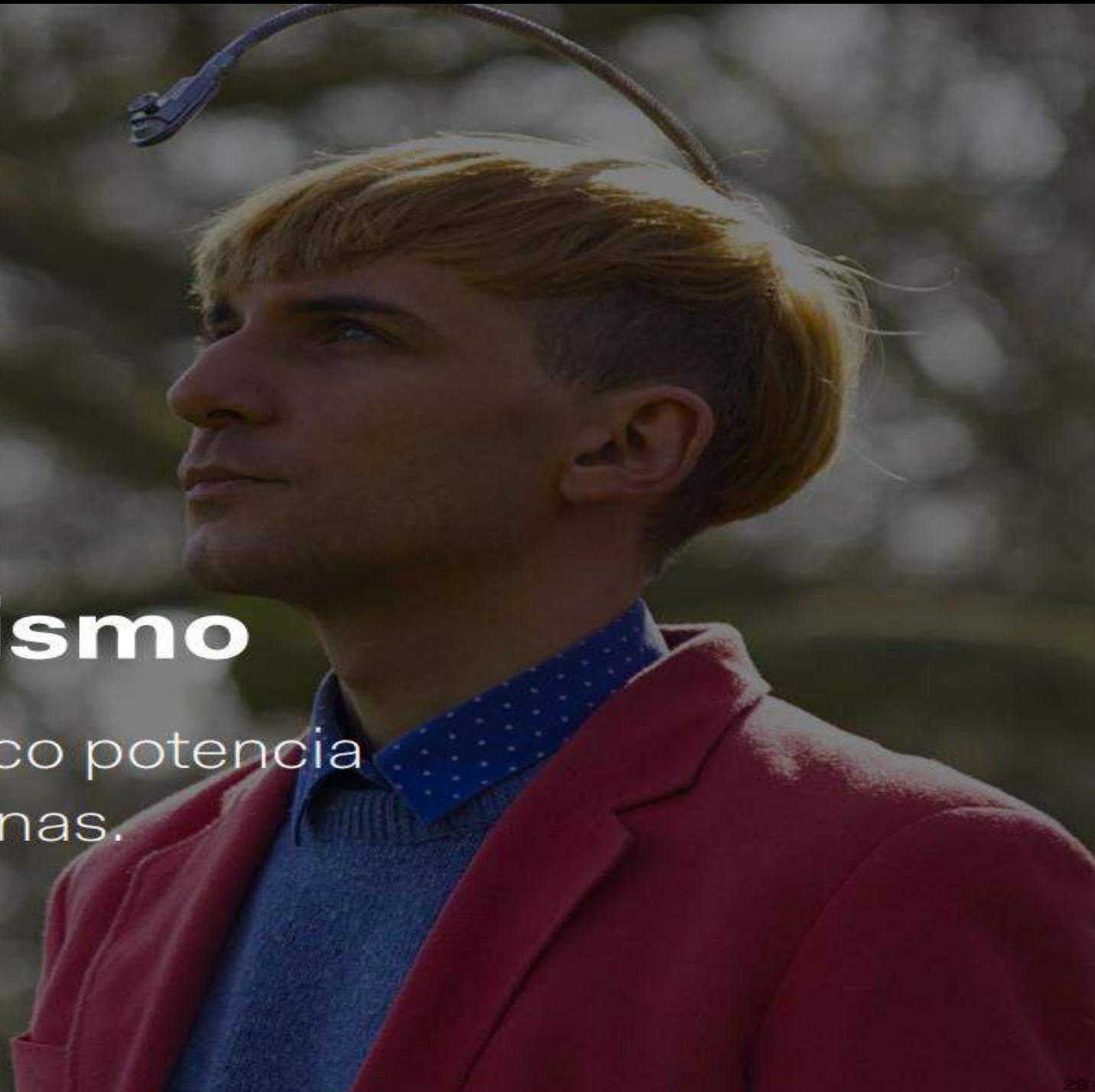
JUGAR EN EL TRABAJO Y LUCHAR PARA COMPRAR

Tendencia 2

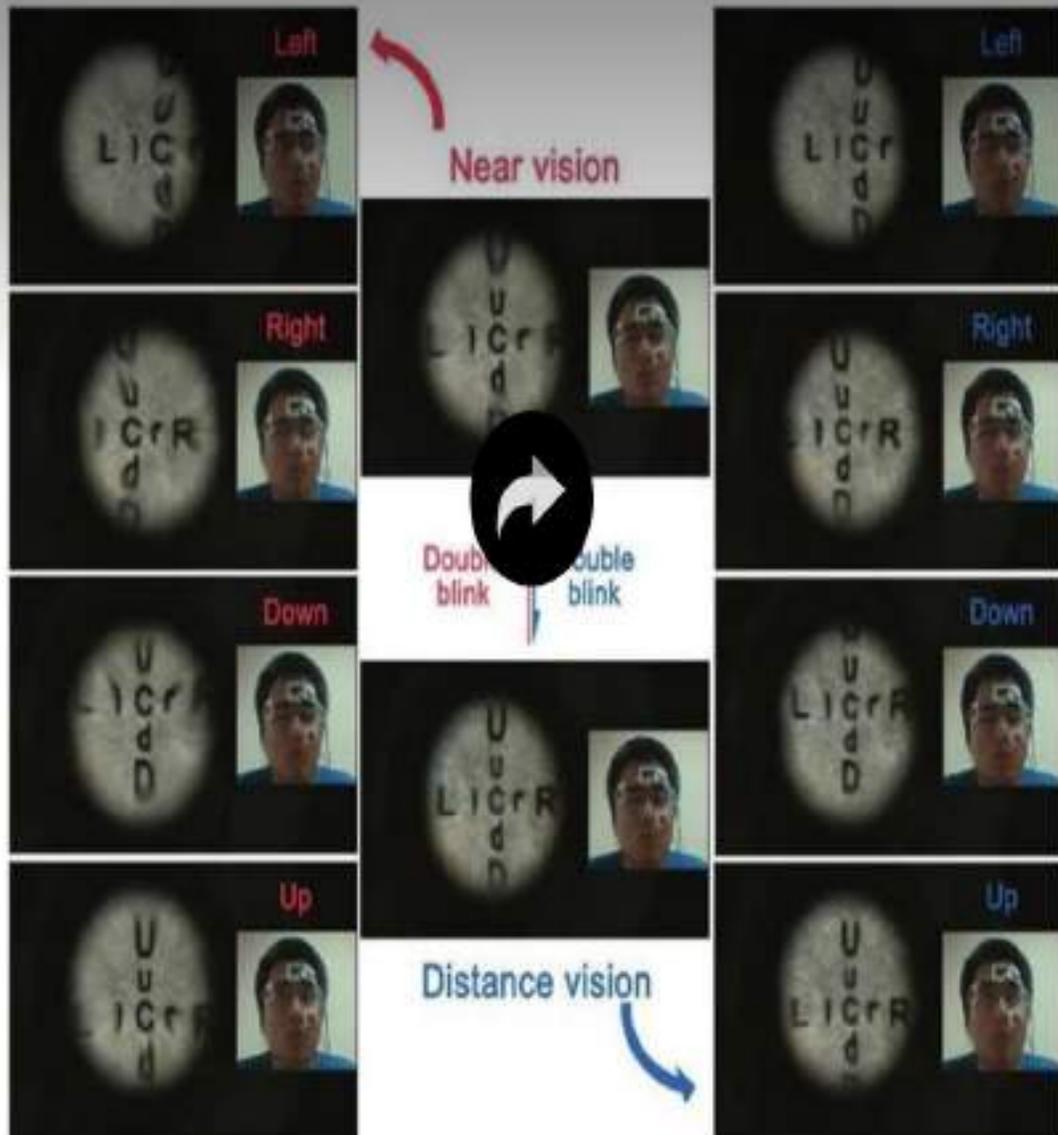


Transhumanismo

El desarrollo tecnológico potencia las capacidades humanas.



Lente de contacto



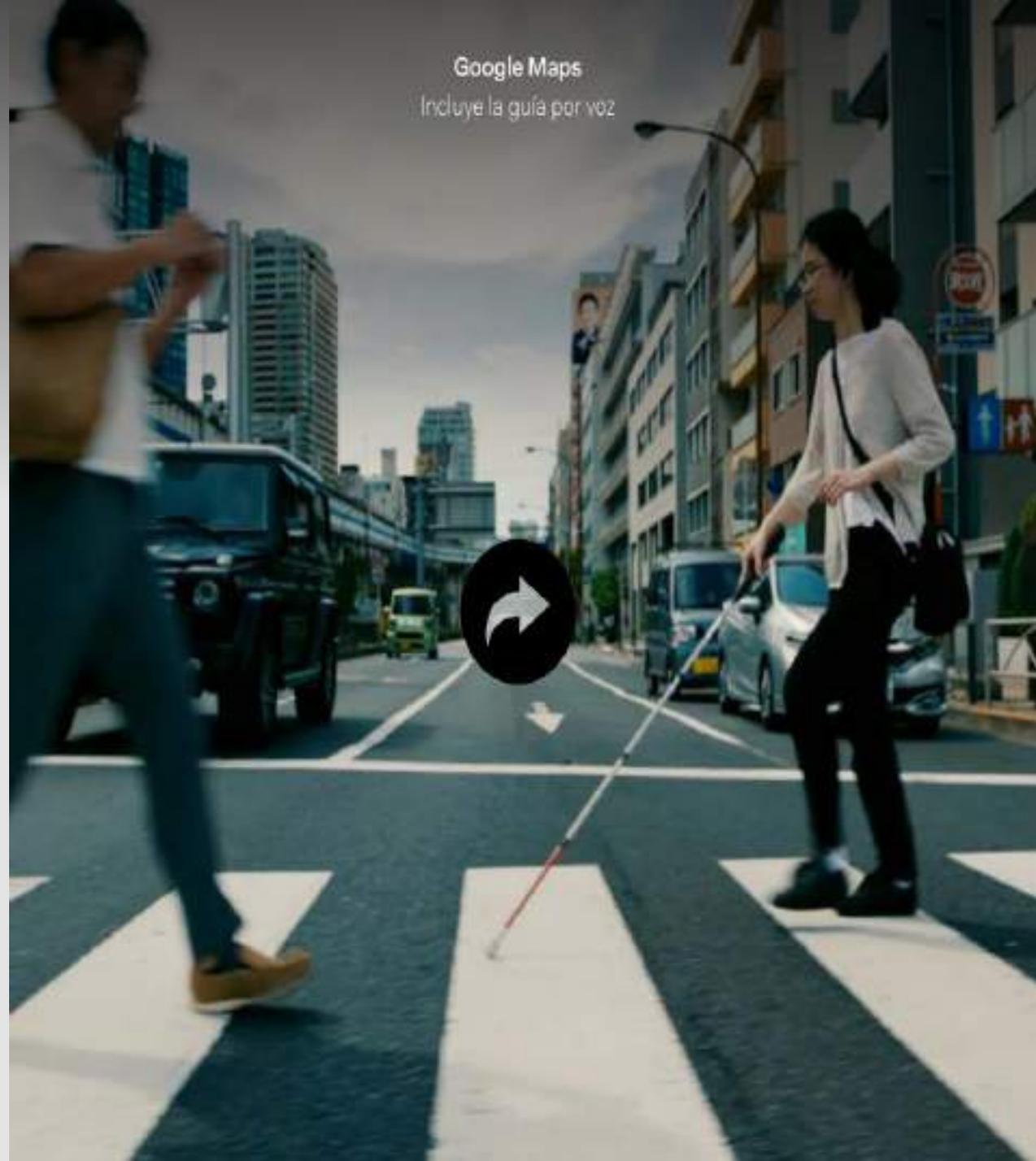
Chips NFC implantados



Frog Design
Auriculares UNUM



Google Maps
Incluye la guía por voz



Tendencia 3

AR & VR Shopping

La realidad aumentada y virtual favorecen la toma de decisiones.



Asos
Pasarela virtual



Natuzzi
Tienda con MR para elegir muebles



Tendencia 4

Desafío 5G

Más allá de la conectividad
en la era de la ultraconexión.



Kuiper
Amazon entra en la pelea de orbitar la tierra

Starlink Constelación de satélites para infraestructura en telecomunicaciones de ELON MUSK



Conciertos en AR en 5 G, simultáneos en tres ciudades a la vez

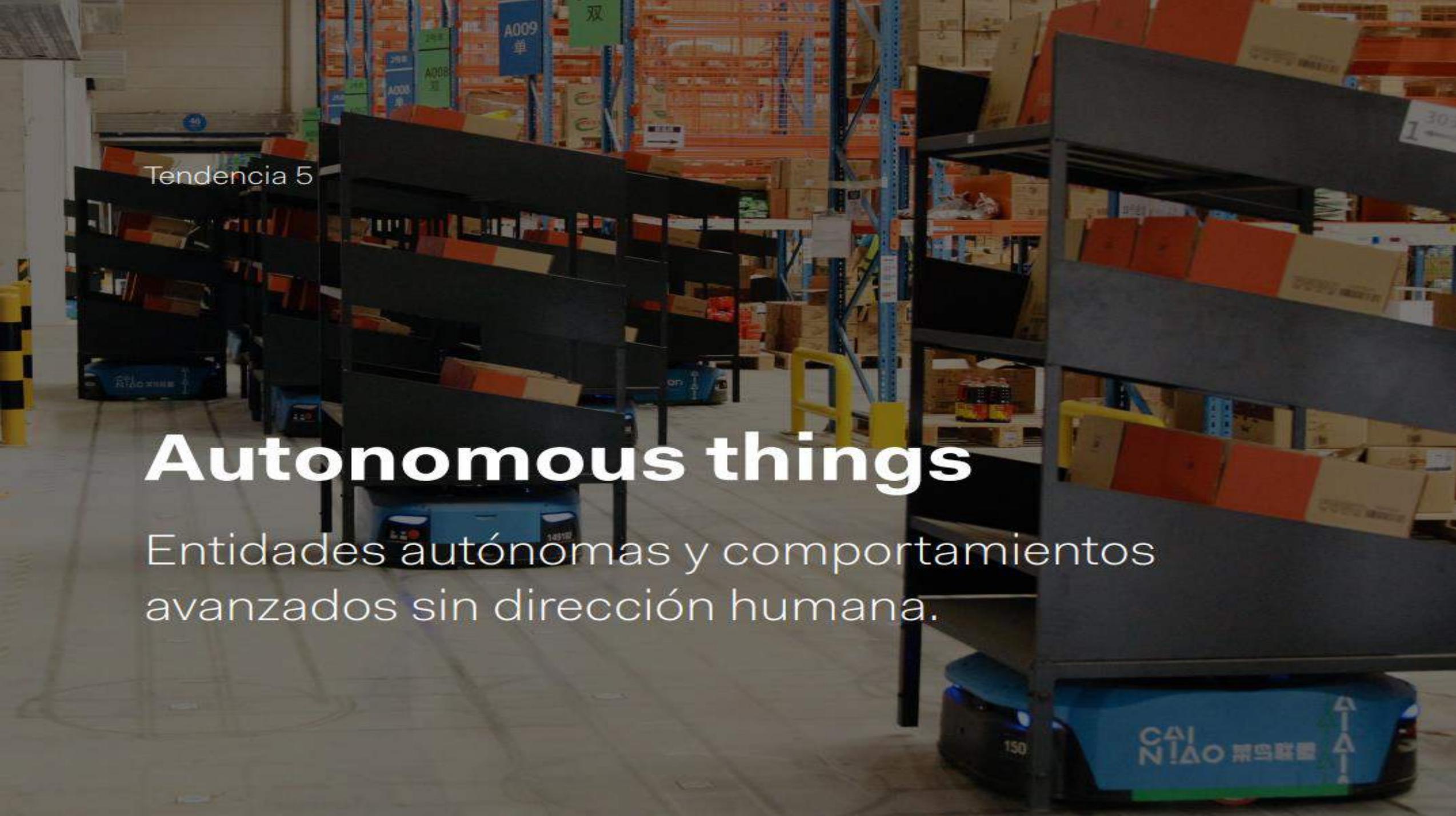


Salvar vidas a distancia,
cirugías remotas a 2000 Kms a distancia

Tendencia 5

Autonomous things

Entidades autónomas y comportamientos avanzados sin dirección humana.



Shangai

Espectáculo de drones para arrancar 2020



Domino's Pizza

Primeras pruebas de reparto autónomo



Diseñan el primer avión ultraligero eléctrico de despegue vertical

Fabricado por una startup canadiense respaldada por el cofundador de Google Larry Page



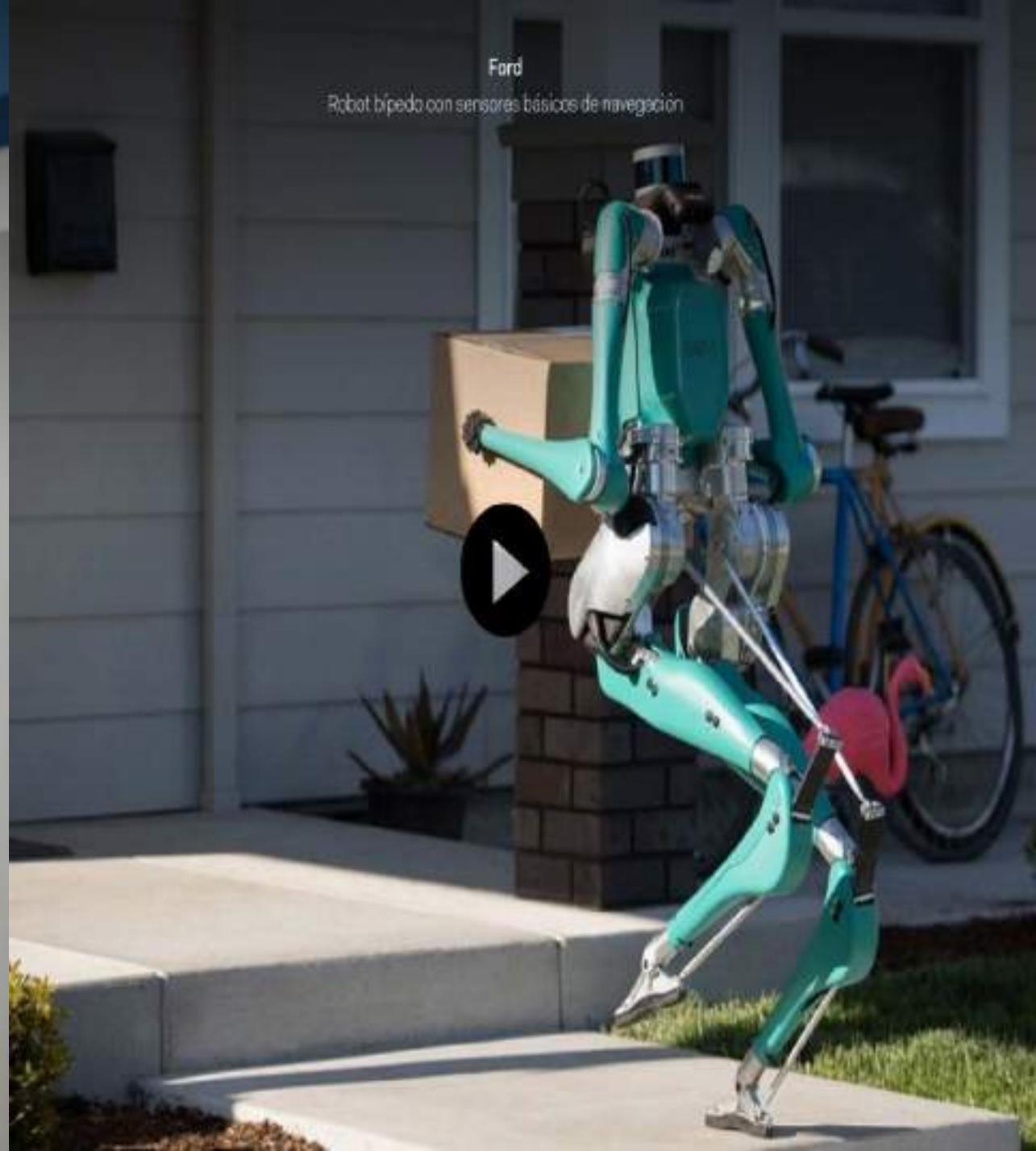
Pensa Systems

Drones para llevar a cabo el control de inventarios.



Ford

Robot bípedo con sensores básicos de navegación



A dark, moody composition featuring a pine cone in the upper left, a textured grey sphere in the upper center, and a cup of coffee in the lower left. On the right, a portion of a light-colored page with text and a leaf illustration is visible.

Tendencia 6

Audio power

La tecnología estimula los medios naturales de interacción humana.

Lily

Asistentes de voz como profesores de chino



Speech2Face

Rasgos faciales a partir de la voz



Tendencia 7

No code

La creación de software profesional sin necesidad de programar.

Tendencia 8

Surprise



Surprise



Affective computing

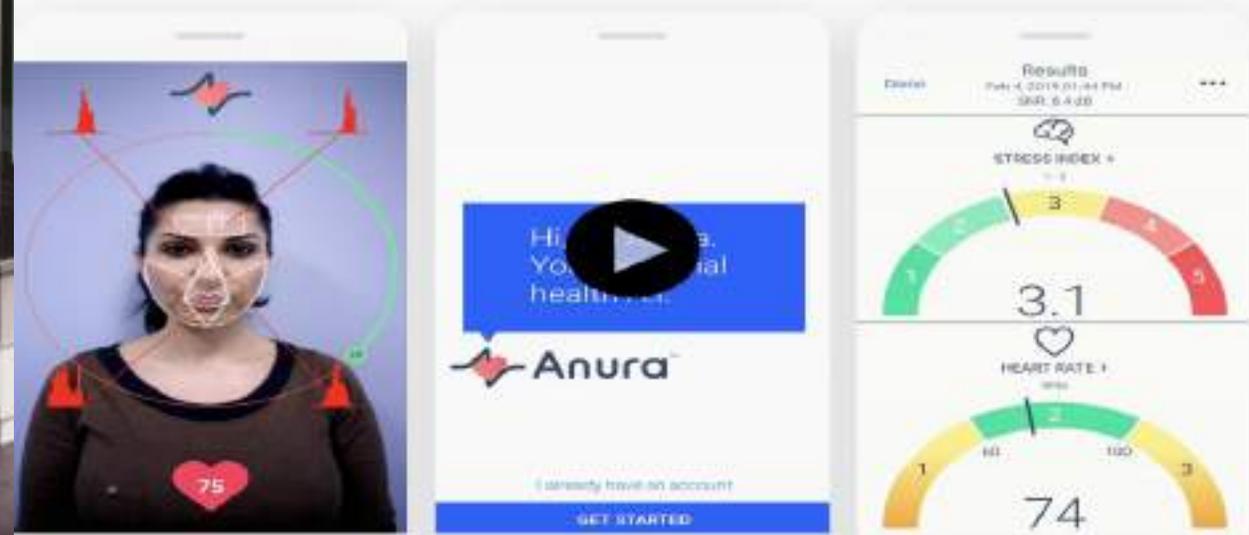
La tecnología cada vez más humana
construye relaciones de confianza.



interpretar nuestros estados de ánimo y emociones, y a adaptar dinámicamente su comportamiento interactivo. Las marcas pueden utilizar estos datos para construir una relación de mayor confianza con sus clientes.



Anura
Smartphones transformados en IA de salud



Tendencia 9

Sensation design

El control total para el usuario
como extensión de su dedo y mente.

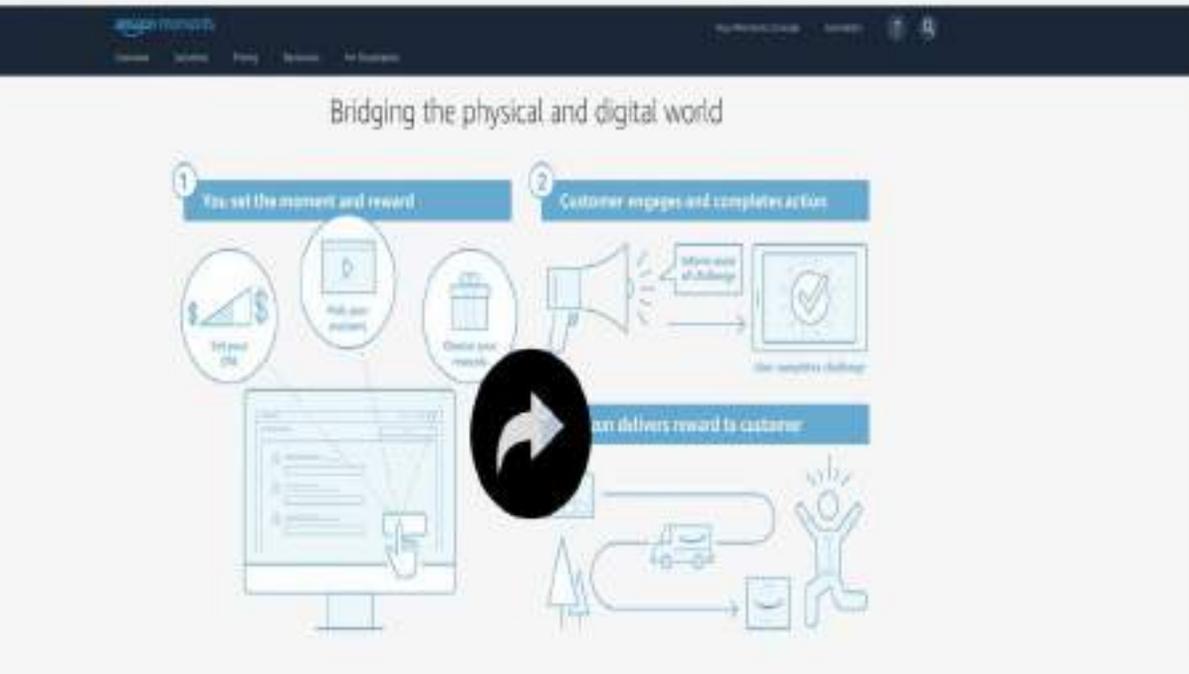
Tendencia 10

Tech for marketing

Cómo usar la tecnología para redefinir y optimizar el marketing.

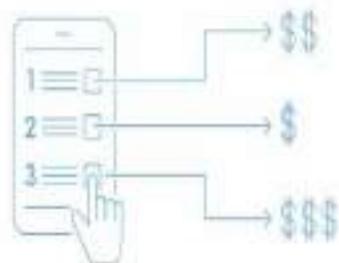
Amazon Moments

Regalos automatizados para clientes



Simple campaign creation

The new Amazon Moments campaign allows you to create a campaign to drive sales, where and how you want, with Moments and reward rewards. You can easily set up multiple campaigns in AM for the same product, brand and/or category.

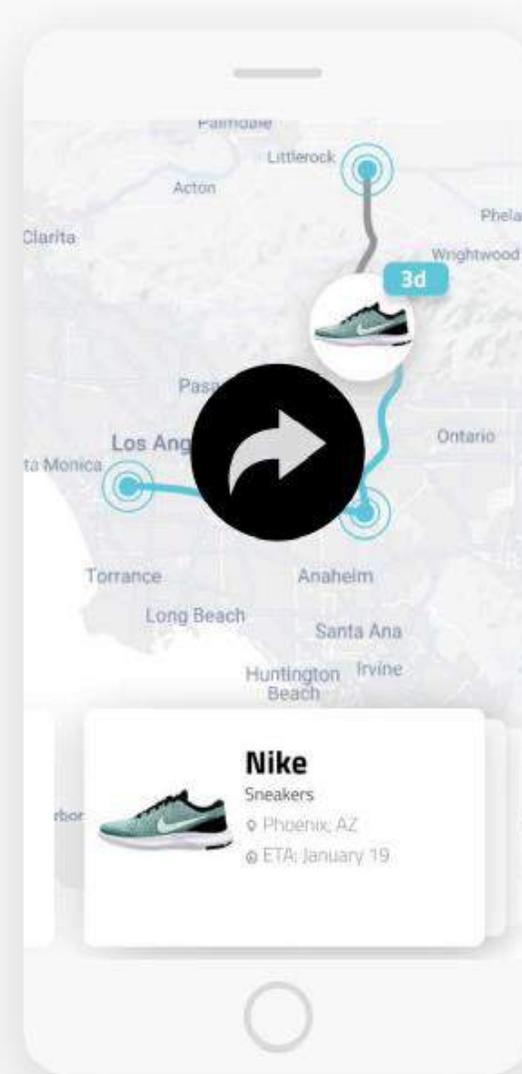


Set your cost per action (CPA)

- Monitor your campaign CPA with our tool per action (CPA) pricing
- One pay when your customer completes the action
- Set a budget limit that fits your marketing needs

Route

App que unifica el seguimiento de pedidos



Tendencia 1

Optimize video

Las reuniones virtuales se vuelven más accesibles, operativas y humanas.



Tendencia 2

Flexible devices

El retorno de los dispositivos flexibles y la versatilidad multipantalla.



Un documento interno de Google filtrado sugiere que la compañía puede lanzar durante el cuarto trimestre de 2021, en función de la evolución de la pandemia, un teléfono Google Pixel plegable, según recogen The Verge y 9to5Google. • Su nombre en clave es 'Pasaporte' y está etiquetado como 'Q4 2021', lo que podría indicar su fecha de lanzamiento y confirmar que la compañía se suma al mercado minorista de dispositivos plegables.

¿Cómo serán las nuevas pantallas?

Extensibles



Oppo ha presentado un concepto de teléfono inteligente que **ensancha y estrecha la pantalla** a través de un control deslizante en el borde, pasando de 6,7 pulgadas en su tamaño más pequeño hasta las 7,4 pulgadas.

Plegable en dos



Microsoft ha lanzado su **Surface Duo**; dispositivo móvil que incorpora **dos pantallas** de 5,6 pulgadas unidas por bisagras, lo que supone una diagonal de 8,1 pulgadas que puede utilizarse a modo de tablet.

Plegable en ¿tres?



Samsung Display ha publicado bocetos de un posible dispositivo con pantalla triple plegable, que muestra que están trabajando en ello. **LetsGoDigital** ha creado su propio render sobre la patente de este smartphone plegable triple.



Tendencia 3

Deepfaked media

Los medios sintetizados promueven una sociedad de confianza cero.

Salvador Dalí Museum

"Dalí Lives"



A black drone with red accents is shown in flight against a clear blue sky. The drone is viewed from a low angle, looking up at it. The propellers are blurred, indicating motion. The drone has a camera mounted underneath. The overall scene is bright and clear.

Tendencia 4

Reinventing drones

Los drones conquistan los espacios públicos y muestran nuevas funciones.

Restauración de ecosistemas y biodiversidad
Dendra Systems



Drones para desinfectar estadios
Lucid D1



Dron con cámara de vigilancia para el hogar
Ring Always Home Cam





Tendencia 5

New digital twins

Gemelos digitales para simular la realidad de manera realista.

Trend axes

IoT
Simulation
Machine learning
Collected data

Ciudades virtualizadas

Singapur



Singapur trabaja en un **modelo semántico 3D** de la ciudad en el que se incorpora información en tiempo real sobre demografía, clima o tráfico y permite simular distintas situaciones.

Róterdam



Entre las nuevas aplicaciones de su ciudad digital, Róterdam dispone de un digital twin que proporciona visibilidad en tiempo real del **flujo de energía y agua**, servicios de emergencia...

Herrenberg



La pequeña ciudad alemana de Herrenberg ha creado un digital twin para que la gente pueda **explorar todos sus rincones**. En el futuro, también se habilitará el turismo virtual.

Tendencia 6

Immortality tech

Innovación para detener
el proceso de envejecimiento.

426M

De personas mayores de 80 años se estima que habrá en 2050 en el mundo, el triple que en 2019 cuando esta cifra se situaba en 143, según Business Insider.

85,8

Años de esperanza de vida podrían llegar a tener los españoles en 2040, según IHME, colocándose así como primer país del mundo.

125

Años podría llegar a durar nuestro cuerpo si lo cuidáramos a la perfección, según James Strole, director de "Coalition of Radical Life Extension".

250.000

Número de personas centenarias que habrá en España en menos de 50 años, frente a las poco más de 12.000 que hay actualmente, según el INE.

Sillycon Valley contra la muerte

Calico



Creada por los fundadores de Google en 2013, Calico es una empresa de investigación y desarrollo que aborda uno de los mayores misterios: la biología que controla la **duración de la vida**.

Unity Biotechnology



Unity Biotechnology tiene entre sus patrocinadores a Jeff Bezos y a Peter Thiel. Entre sus trabajos se encuentra buscar una causa común a las **enfermedades relacionadas con la edad**.

Neuralink



La compañía de Elon Musk busca **implantar chips en el cerebro** para ayudar a curar enfermedades como el alzhéimer o ayudar a personas que presentan enfermedades neurológicas.

Prueba epigenética
Elysium



Oxigenoterapia
Universidad de Tel Aviv y Centro Médico Shamir



Wearable de salud
Halo Amazon



Tendencia 7

Nostalgic design

Soluciones de diseño que invitan a soñar con épocas pasadas.

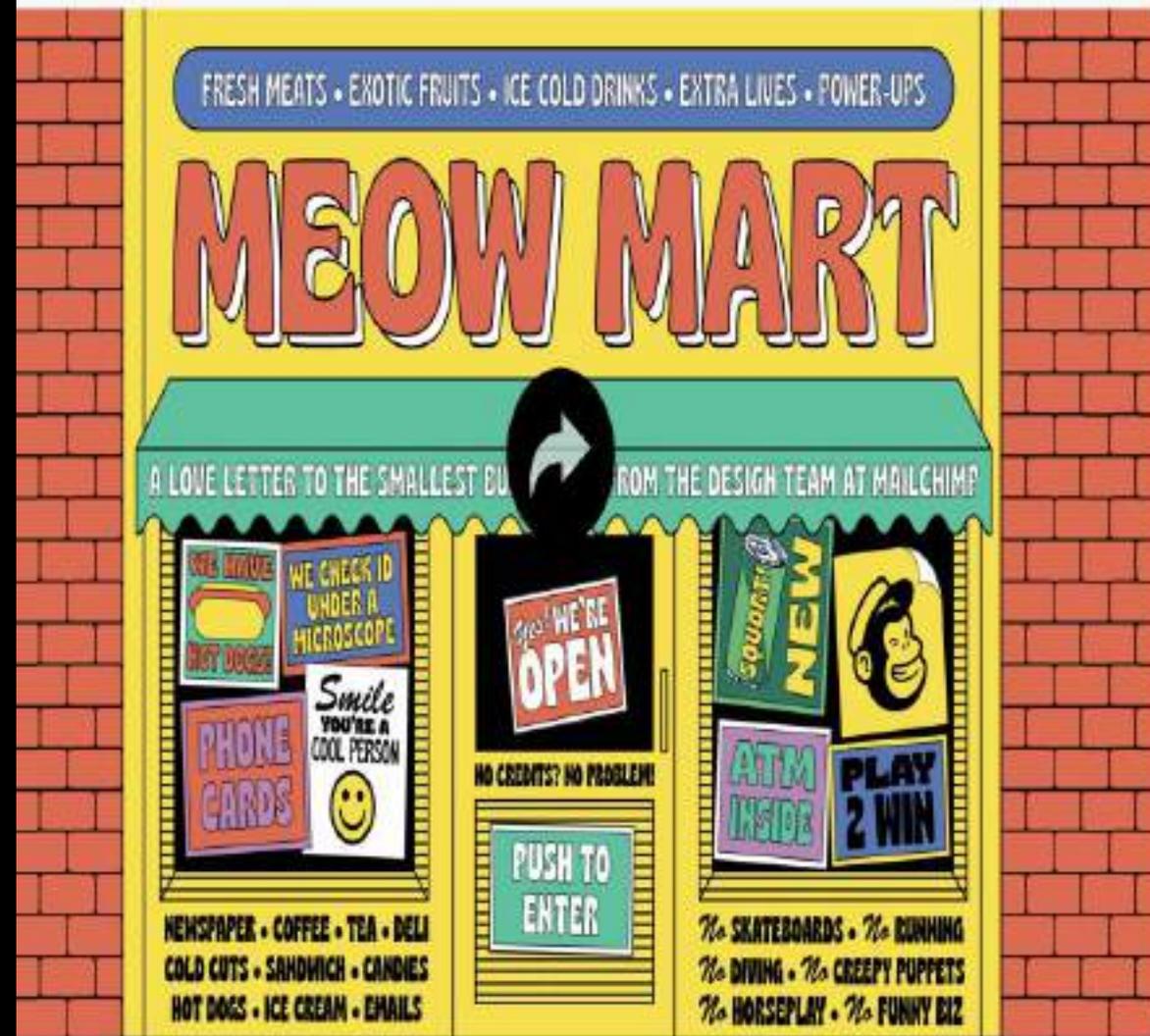
Nueva identidad de marca

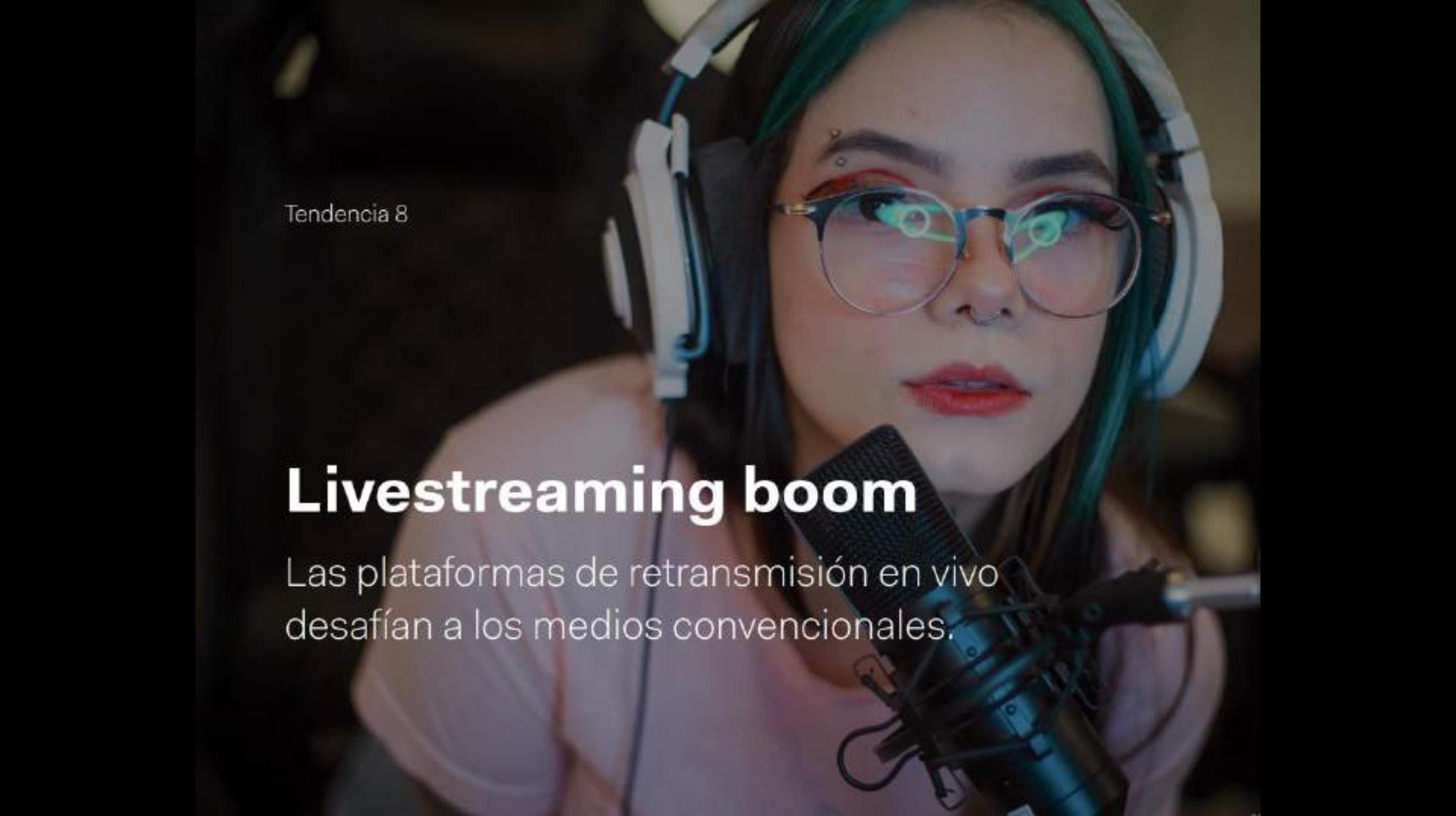
Burger King



Juegos

Mailchimp





Tendencia 8

Livestreaming boom

Las plataformas de retransmisión en vivo desafían a los medios convencionales.

Bootshaus

Primer club de realidad virtual en streaming



La próxima generación de discotecas

Tendencia 9

Automation tools

Herramientas de marketing tecnológico que mejoran la experiencia de cliente.

Tendencia 9. Automation tools

Trend axes

Martech
vCards
Sensing technologies
Artificial intelligence

66%

De consumidores declara que ha aumentado su aprecio por la tecnología bien diseñada a raíz de la pandemia, según una encuesta global de Deloitte.

84%

De los especialistas en marketing ya priorizan la tecnología de marketing o tienen más apetito por utilizarla en toda la empresa, según Clevertouch.

63%

De los consumidores afirma que utiliza las tecnologías digitales más que antes de la pandemia, según los 2.400 encuestados de Deloitte a nivel internacional.

77%

De los CMO seniors encuestados por Clevertouch afirman que aumentarán su inversión en servicios de martech durante 2021.

Tendencia 10

Digital loneliness

Cada vez más conectados,
pero cada vez más solos.



61%

Porcentaje de adultos que informan que a veces o siempre se sienten solos en Estados Unidos, según el índice de soledad de Cigna.

15

Número de cigarrillos diario en que se traduce el sentimiento de soledad, según un estudio llevado a cabo por Sarvada Chandra Tiwari.

5,2

Media de horas de uso de dispositivos móviles que presentaron los usuarios de Tailandia en 2020, situándose como líder mundial en este aspecto.

45%

Más de probabilidades de morir entre las personas mayores que informan sentirse solas, según la Health Resources & Services Administration (HRSA).

Paliativos virtuales

Good Night Zoom



La página web Good Night Zoom permite a los padres registrar a sus hijos para que **personas mayores les lean a través del chat** de vídeo, facilitando además el cuidado de los niños en casa.

Radio Recliner



Los residentes Bridge Senior Living en EEUU han lanzado una **radio por Internet que reúne a las personas mayores** para tocar sus temas favoritos y hacer dedicatorias a otros oyentes.

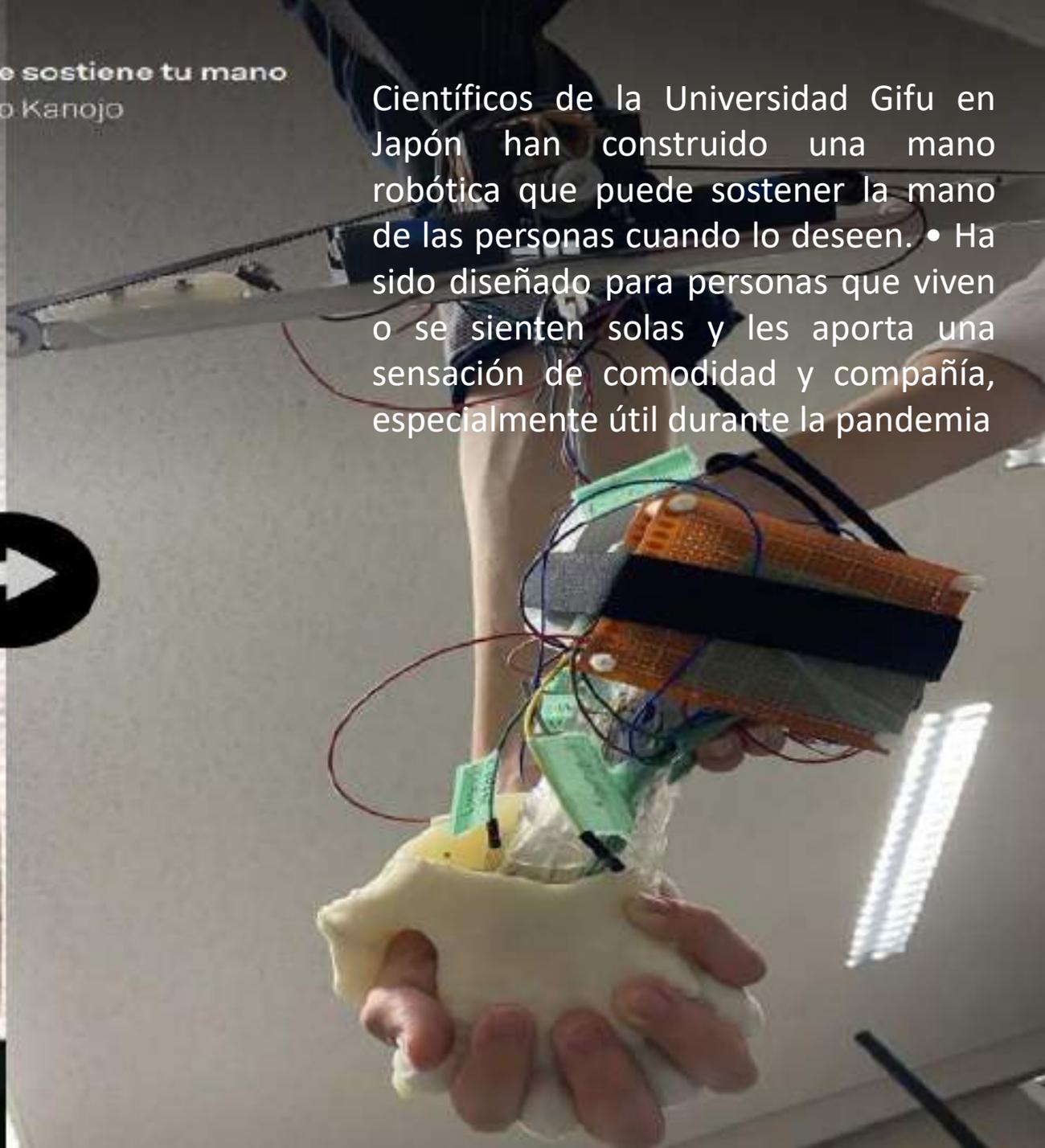
Virtual Beings



La startup Fable crea **seres virtuales** a través de inteligencia artificial que establecen **relaciones emocionales** para que las personas mayores puedan contarles sus pensamientos.

Mano robótica que sostiene tu mano
Osampo Kanojo

Científicos de la Universidad Gifu en
Japón han construido una mano
robótica que puede sostener la mano
de las personas cuando lo deseen. • Ha
sido diseñado para personas que viven
o se sienten solas y les aporta una
sensación de comodidad y compañía,
especialmente útil durante la pandemia



El consumidor en el centro

4

CONSUMER TRENDS 2021

Las tendencias de consumo determinan el rumbo del mercado, para un mundo más allá de la pandemia



Tendencia 1

Silver economy

Los mayores como motor de la economía



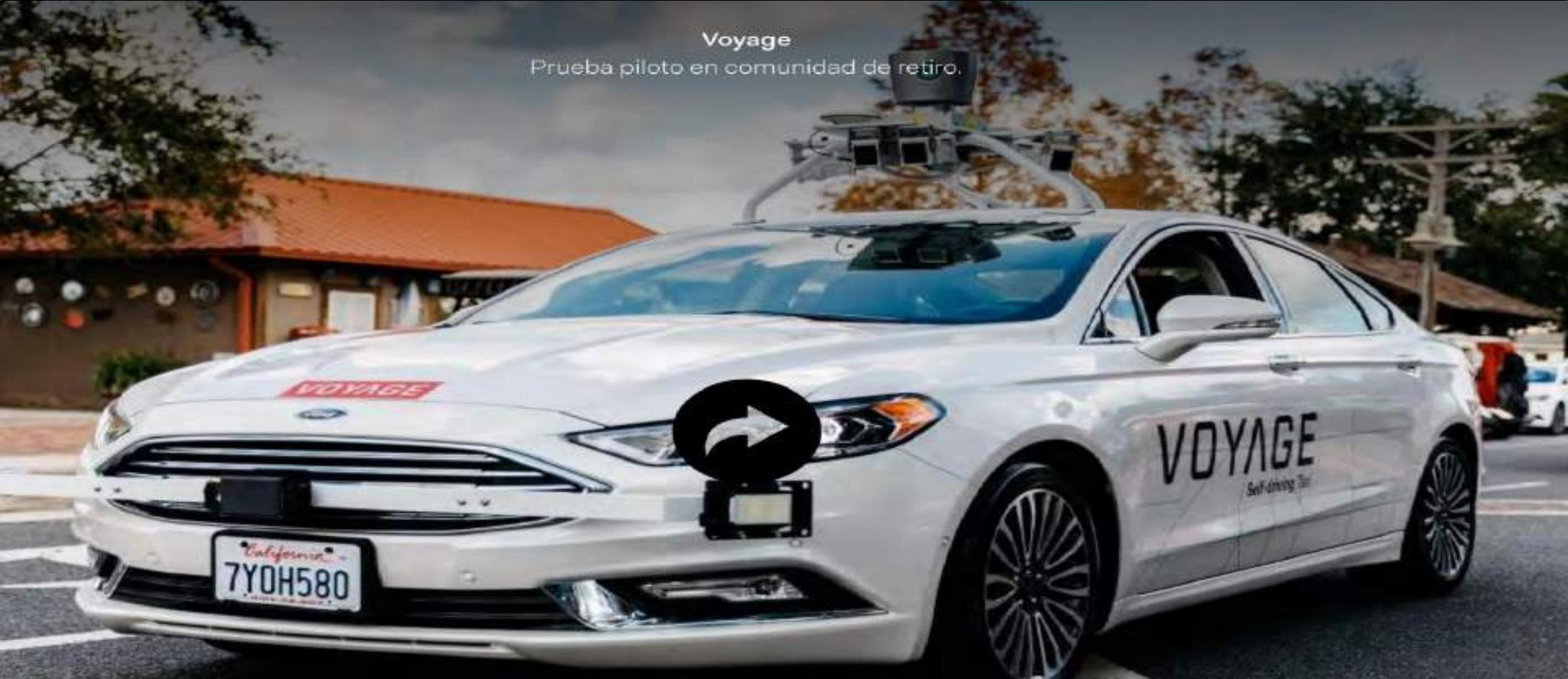
Una mirada rápida

En 24% de los europeos y el 21% de los norteamericanos son actualmente mayores de 60 años. La oportunidad de Europa ante el cambio demográfico

En Colombia, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la población mayor de **60 años** pasó de representar un 9% en el 2006 a un 13,4% en el 2019, lo que se traduce en un incremento del 50%. 1 sep. 2020

Tendencia 1 Silver economy

Taxis robots para jubilados



Voyage

Prueba piloto en comunidad de retiro.

Tendencia 1 Silver economy

Viajar sin dejar el sofá

El terapeuta Kento Toshima, junto con el laboratorio de la Universidad de Tokyo, están utilizando la realidad virtual para que las personas mayores puedan satisfacer sus ganas de viajar.



Tendencia 1 Silver economy

Capturar historias memorables

Accenture Interactive (Suecia) a través del uso de los asistentes de voz, se busca mantener conversaciones con mayores que viven solos y preservar sus recuerdos vitales.



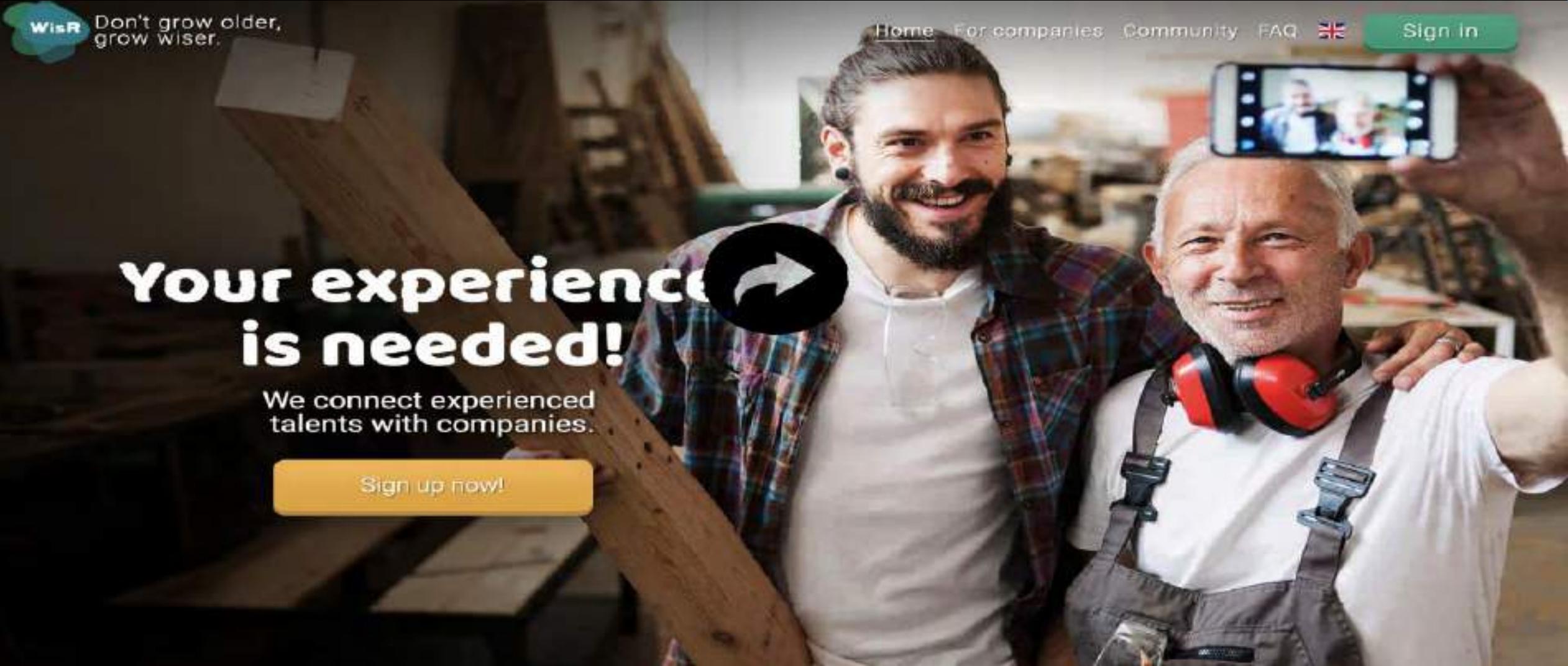
Memory Lane

Inteligencia artificial para luchar contra la soledad.

Tendencia 1 Silver economy

No envejecas, hazte más sabio

WisR, una plataforma de trabajo originaria de Austria, busca unir a las generaciones facilitando la transferencia de conocimiento entre jóvenes y adultos.



WisR Don't grow older,
grow wiser.

[Home](#) [For companies](#) [Community](#) [FAQ](#)  [Sign in](#)

**Your experience
is needed!**

We connect experienced
talents with companies.

[Sign up now!](#)

Tendencia 1 Silver economy

Una bebida para los adultos mayores

La compañía de alimentos vegetales Beyond Meat lanza “Perennial”, bebida no láctea diseñada para la salud intestinal, cerebral y ósea de los consumidores mayores..



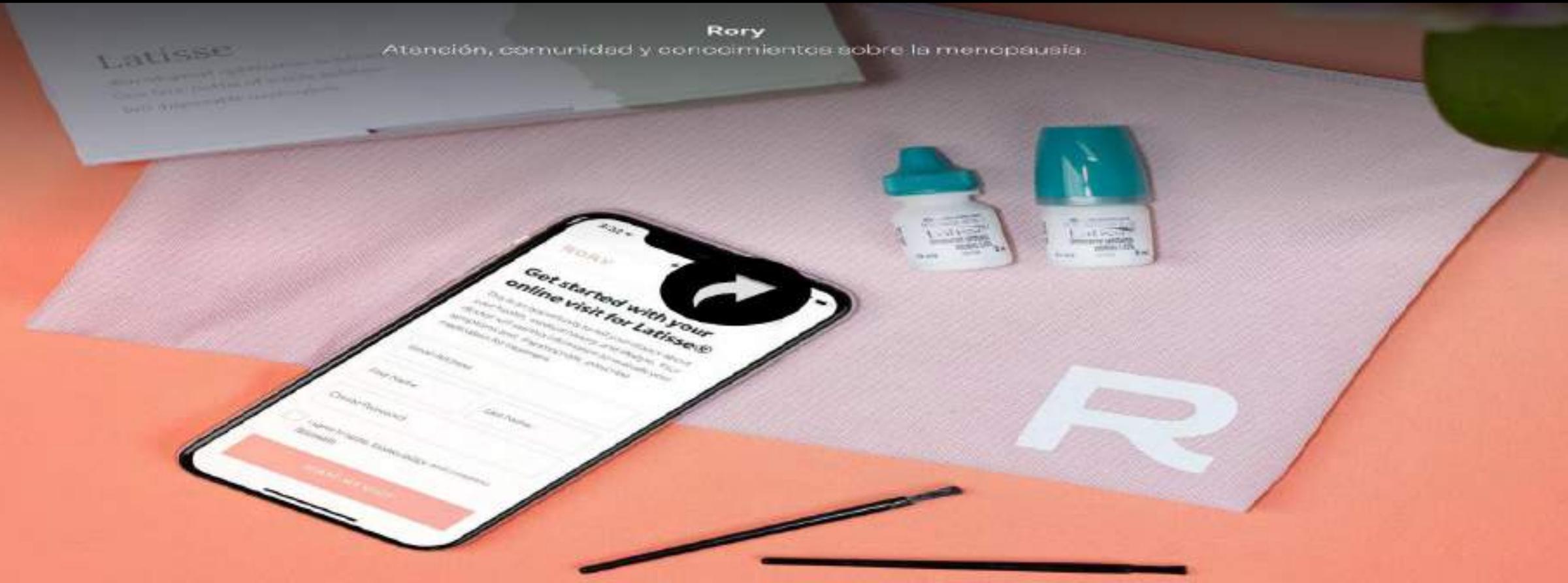
Perennial
Nueva bebida no láctea para consumidores mayores.

“Se trata de un grupo demográfico muy olvidado. Solo el 1% de la innovación global (y el 10% de inversión en marketing) se dirige a adultos mayores de 50 años”.

Tendencia 1 Silver economy

Nuevas oportunidades en telesalud

Ro es una empresa de telemedicina, ha lanzado Rory, una nueva línea dirigida a mujeres de entre 45 y 65 años. La compañía ofrece atención remota, a través de videoconferencias



Una visión panorámica

No money

Criptomonedas y pagos digitales
como sustitutos del dinero

Nóminas en criptomonedas

Nueva Zelanda legaliza el pago de salarios en criptomonedas

El desplazamiento del dinero en efectivo, los pagos móviles, inmediatos, contactless o las criptomonedas han irrumpido con fuerza en un entorno que se abre por ley al Open Banking, dotando al cliente de un mayor control sobre sus datos.

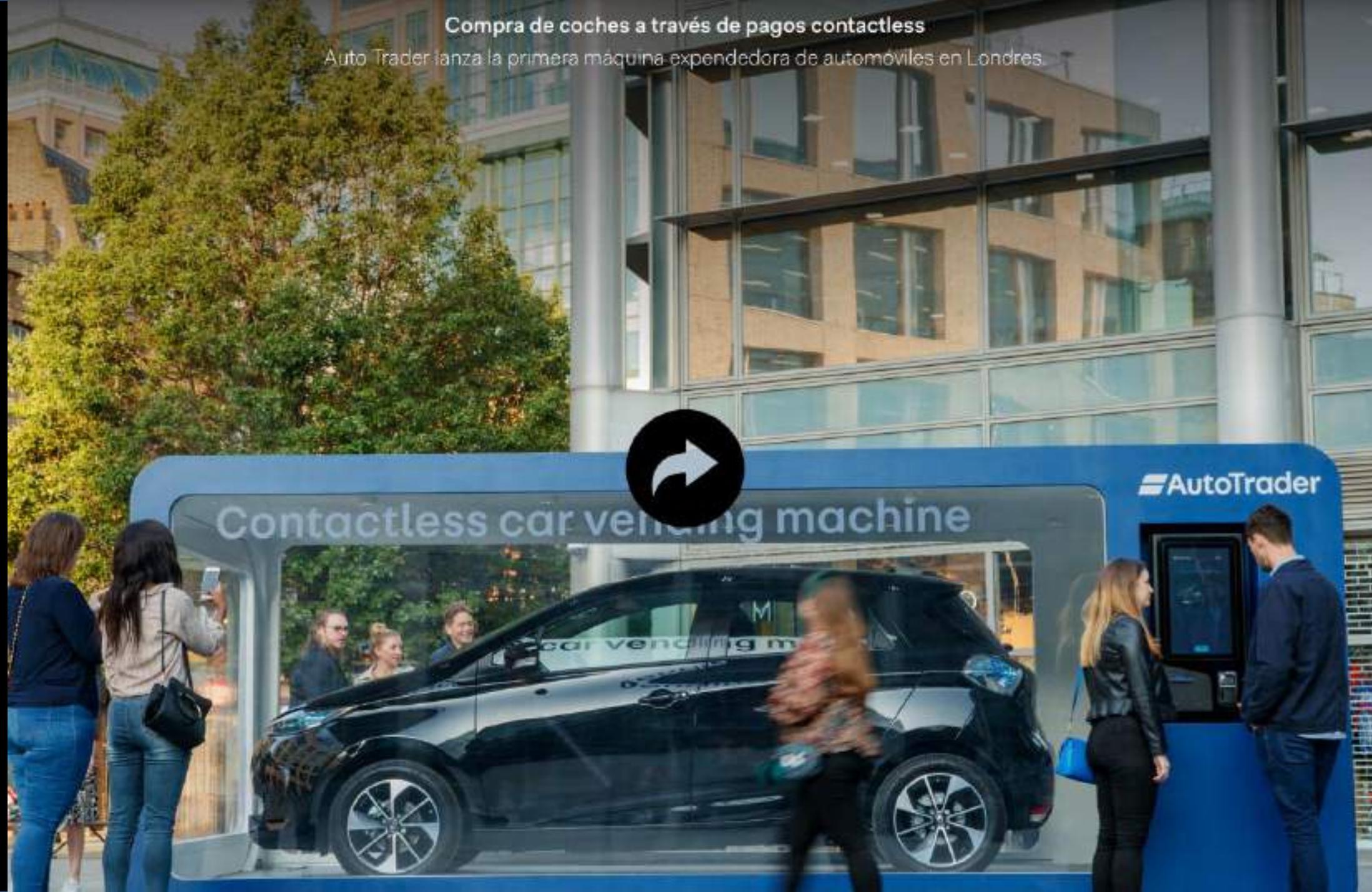
Gracias

Una app acerca Bitcoin a comunidades más jóvenes y diversas



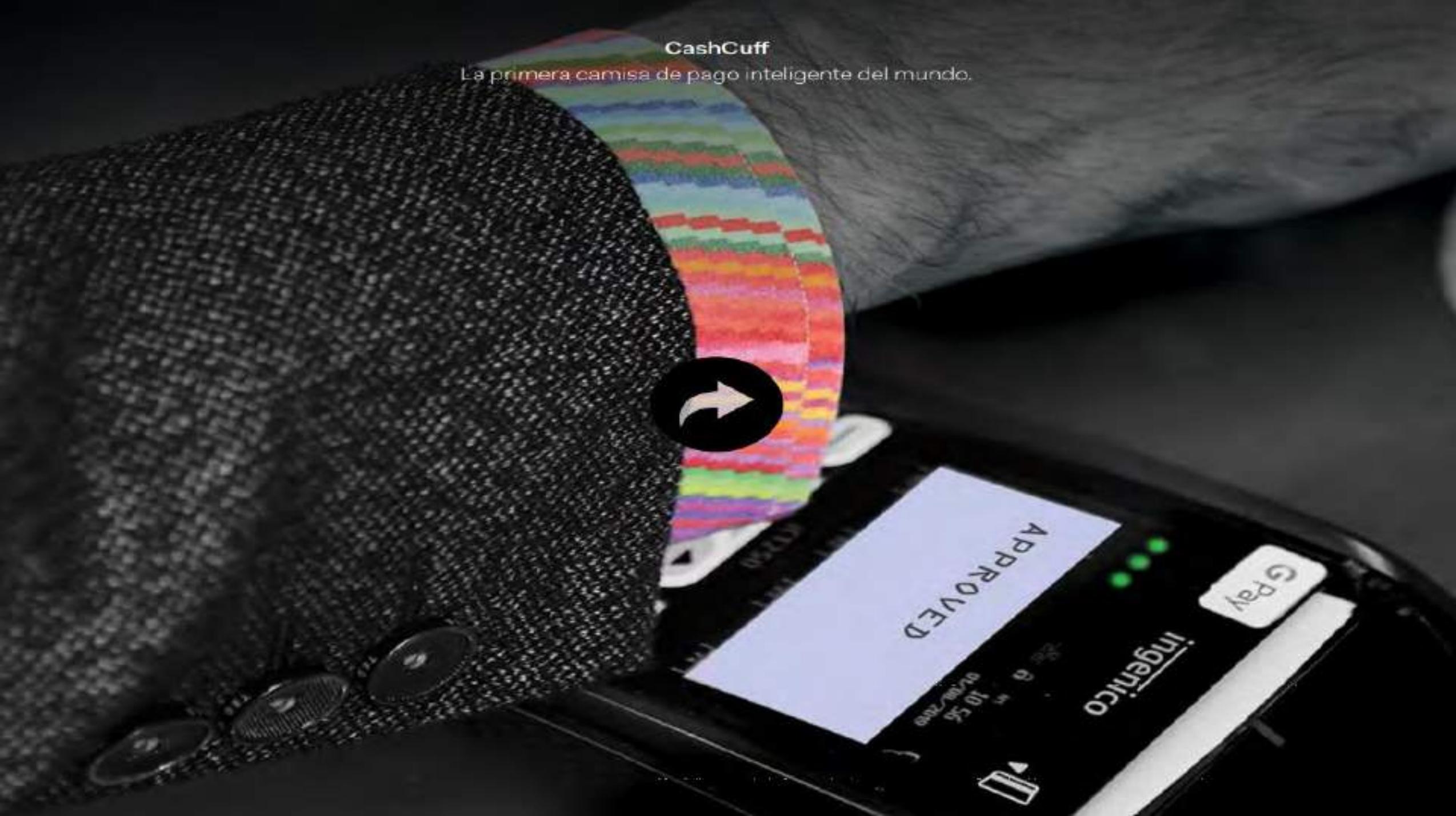
Compra de coches a través de pagos contactless

Auto Trader lanza la primera máquina expendedora de automóviles en Londres.



CashCuff

La primera camisa de pago inteligente del mundo.



Tarjetas biométricas

NatWest comienza las pruebas de su tarjeta de débito con lector de huellas incorporado en Reino Unido.



Cadillac ParkWhiz

Evita dar vueltas para encontrar aparcamiento y paga desde el coche.

140
160

H

START
ENGINE
3.0L

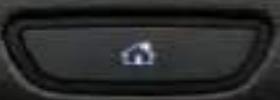
Parking [Close]



Republic Parking
414 Renaissance
Detroit

- Book Now
- Parking Pass
- Location Details
- Change Location

[Home] [Music] [Navigation] [Phone] [LTE] [Signal] [70°] [2:09]



DRIVE OFF AUTO [Icons] A/C [Icons] SYNC [Icons]

[Icons]

Super alimentos

Real food, comida artificial
y foodstitutes



Portugal acaba con la publicidad de alimentos con azúcar destinada a niños

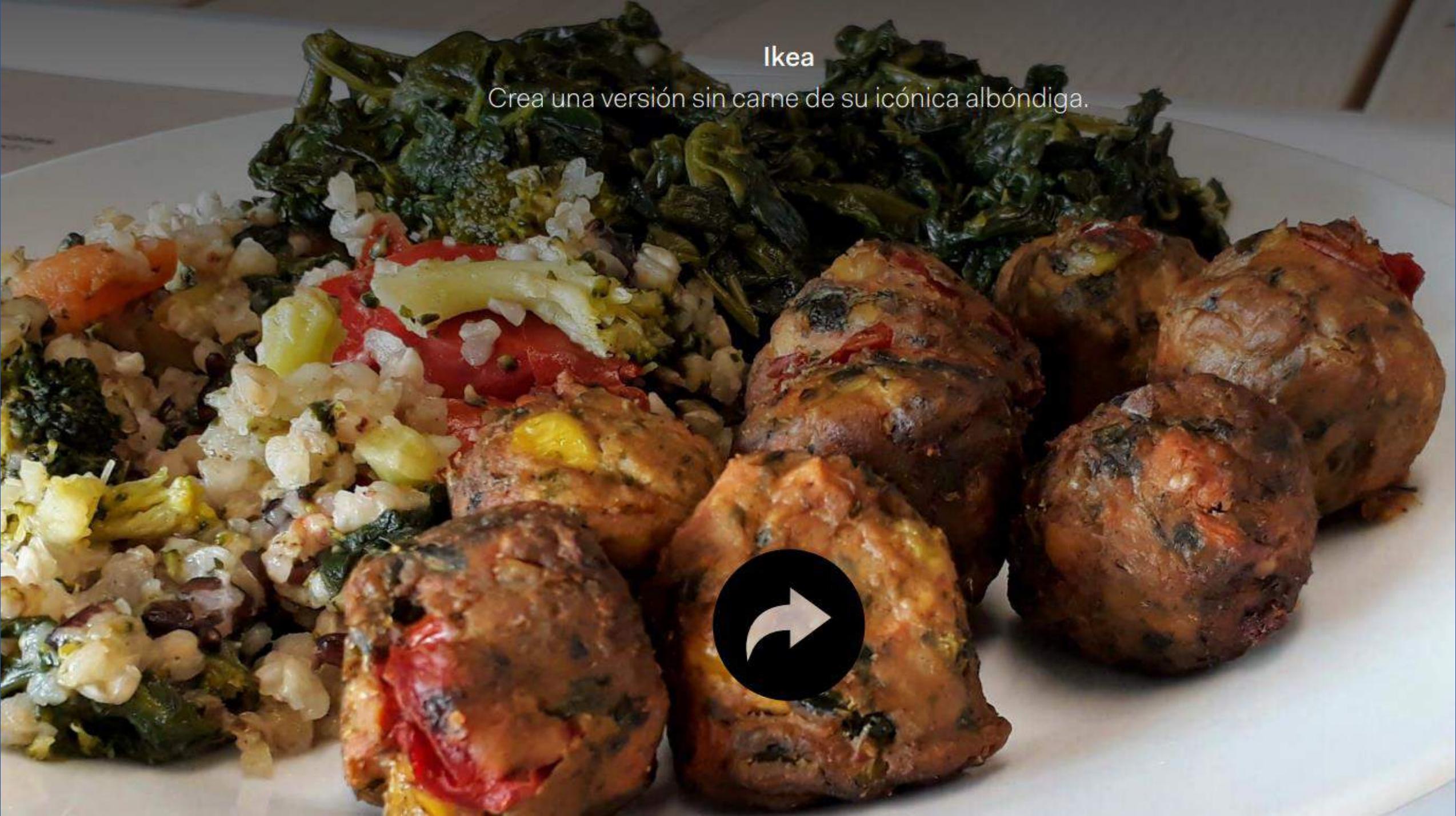
- La reglamentación tiene como objetivo desincentivar el consumo de azúcares entre los menores
- La norma entrará en vigor en octubre y eliminará los anuncios de una gran variedad de productos



La (OMS), la Dirección de Salud (DGS) han realizado un análisis nutricional de casi 2.500 productos y sólo podrá haber publicidad del 28% de los yogures, el 21% de los quesos y el 10% de los cereales de desayuno. Se retirarán todos los anuncios de galletas y batidos de chocolate, el 90% de los de cereales y el 72% de los de yogures.

Ikea

Crea una versión sin carne de su icónica albóndiga.



Japanese robot

Tecnología para ayudar a mantener los arrozales libres de malezas.



Comida de la nada

La revolución de las proteínas naturales.

UN CLIMATE ACTION SUMMIT,
**THE PROBLEM OF
GLOBAL GHG EMISSIONS:
80% ENERGY
20% FOOD PRODUCTION**

WE HAVE A SOLUTION

SOLARFOODS.FI

SOLARFOODS





Rethink Seafood.

Pescado celular

Producción de mariscos reales a través de células de pescado

Pollo vegetal

Colas para probar el nuevo Beyond Fried Chicken en KFC.



Pollo vegetal

Nuevo Beyond Fried Chicken en KFC.



Culture of sharing

La NO propiedad en los tiempos
de economía colaborativa y circular

De poseer a compartir

Bird

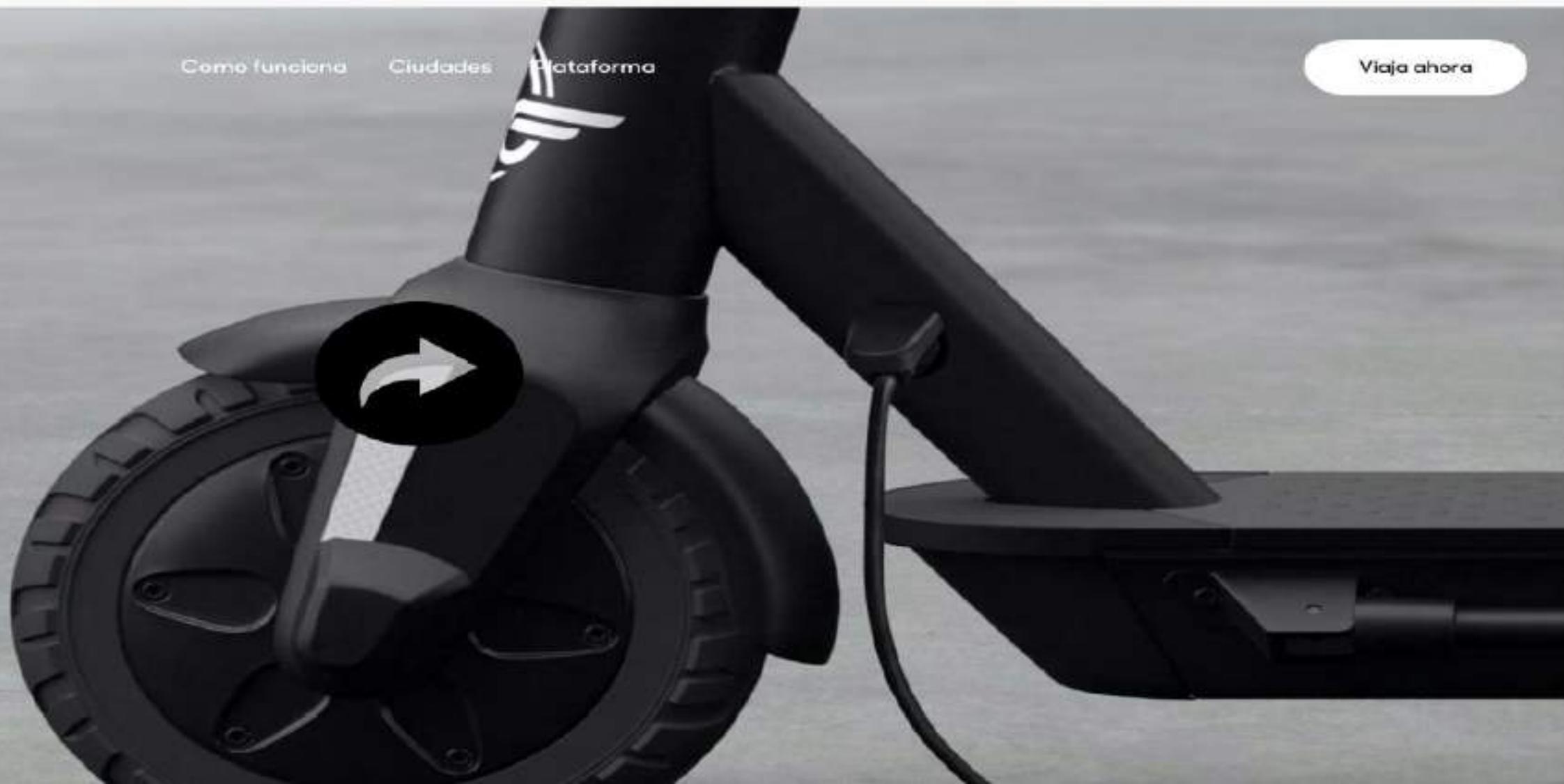
Patinetes eléctricos para emprendedores y pequeñas empresas.

Como funciona

Ciudades

Plataforma

Viaja ahora



Nestia Shared Umbrellas

Desbloquear un paraguas a través de un QR

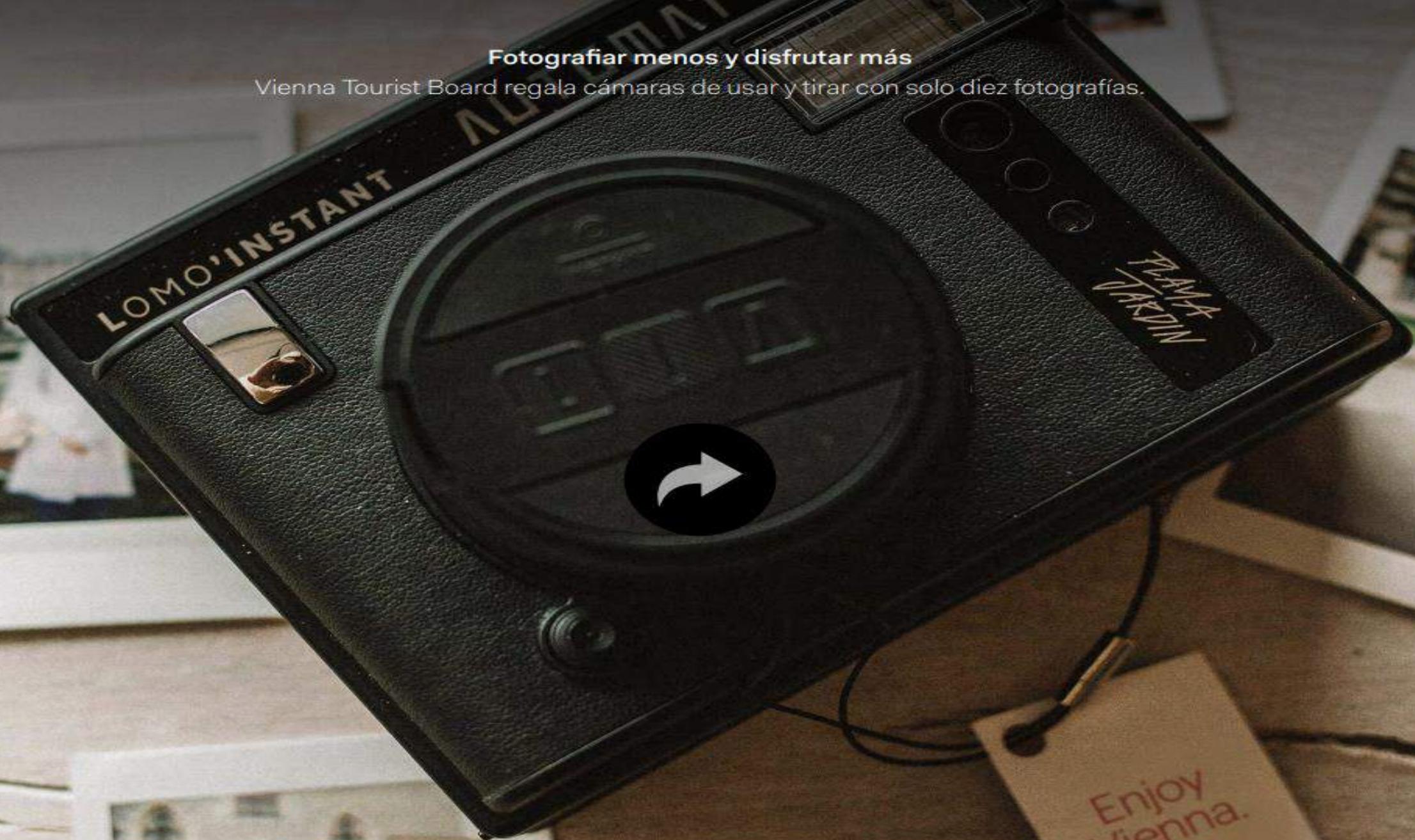


Turismo consciente

Viajes responsables como freno a la turistificación

Fotografiar menos y disfrutar más

Vienna Tourist Board regala cámaras de usar y tirar con solo diez fotografías.



Enjoy
Vienna.
Not
#Vienna

Zero-Waste flight

El primer vuelo del mundo con cero desechos despega en Australia.



recipientes de alimentos hechos de pulpa de caña de azúcar biodegradable así como vasos de papel, servilletas y cubiertos totalmente compostables. • En total, más de 1.000 productos plásticos de un solo uso fueron reemplazados por opciones ecológicas o descartados . • Este vuelo supone el inicio del plan de la aerolínea para acabar con 100 millones de plásticos de un solo uso para finales de 2020 y eliminar el 75% de sus desechos para finales de 2021.

Ecosia Travel

Planta árboles por cada reserva de hotel que se realice a través de su buscador.

Por cada hotel que los usuarios reserven, el motor de búsqueda ética utiliza los beneficios de su comisión para plantar un promedio de 26 árboles.

2020 TREND FORECAST

NEWSLETTER

ABOUT

CONTACT

SEARCH

GLOBETRENDR

INNOVATORS

HOTELS

AVIATION

WORLD

SPACE

WELLNESS

DINING

VOICES

INTELLIGENCE



ECOSIA TRAVEL SEARCH ENGINE USES PROFITS TO PLANT TREES

30TH JULY 2019 * INNOVATORS * TECH

Fly responsibly

KLM pone en marcha una campaña en la que recomienda no viajar en avión para evitar emisiones contaminantes.

El 8% de las emisiones del planeta proviene de 1.400 millones de viajeros internacionales. El movimiento que reivindica no volar tanto o, incluso, no volar llega hasta aerolíneas como KLM

Fly responsibly

Compensation of CO2 emissions

Fly Responsibly is KLM's commitment to taking a leading role in creating a more sustainable future for aviation. With the introduction of Fly Responsibly, we're making the world aware of our shared responsibility. We can only succeed if we work together, so join us today for a more sustainable tomorrow.

Sustainable fuel plant



Flying-V

Nuevo diseño de aviones de KLM para ahorrar combustible.

La aerolínea KLM y la Facultad de Ingeniería Aeroespacial de la Universidad Tecnológica de Delf (TU Delf) conceptualizan un diseño de avión potencial para el futuro que permitiría ahorrar hasta un 20% de combustible.



Re-commerce



Las segundas vidas como futuro de la economía circular

¿Por qué comprar, cuando puedes pedir prestado e intercambiar?

A través de este modelo, de 8 a 10 niños usan la misma ropa, no solo 1 o 2, lo que, según indican, es al menos un 400% más sostenible.

[Menu](#)

[Baby & Kids Wear](#)

[Maternity Wear](#)

[Our Brands](#)

CIRCOS



The clothing subscription for kids (0-3)

[The full story →](#)



Taylor Stitch

El futuro de la moda puede ser circular.

TAYLOR STITCH

Go back to taylorstitch.com



RESTITCH

SHOP RESTITCH

SHOP WORKWEAR

BUYBACK



ABOUT

HELP / FAQ



El 50% de la ropa que fabrican las cadenas de 'fast fashion' acaba en la basura en menos de un año, lo que supone 12,8 millones de toneladas de desechos que van a parar a vertederos de todo el mundo

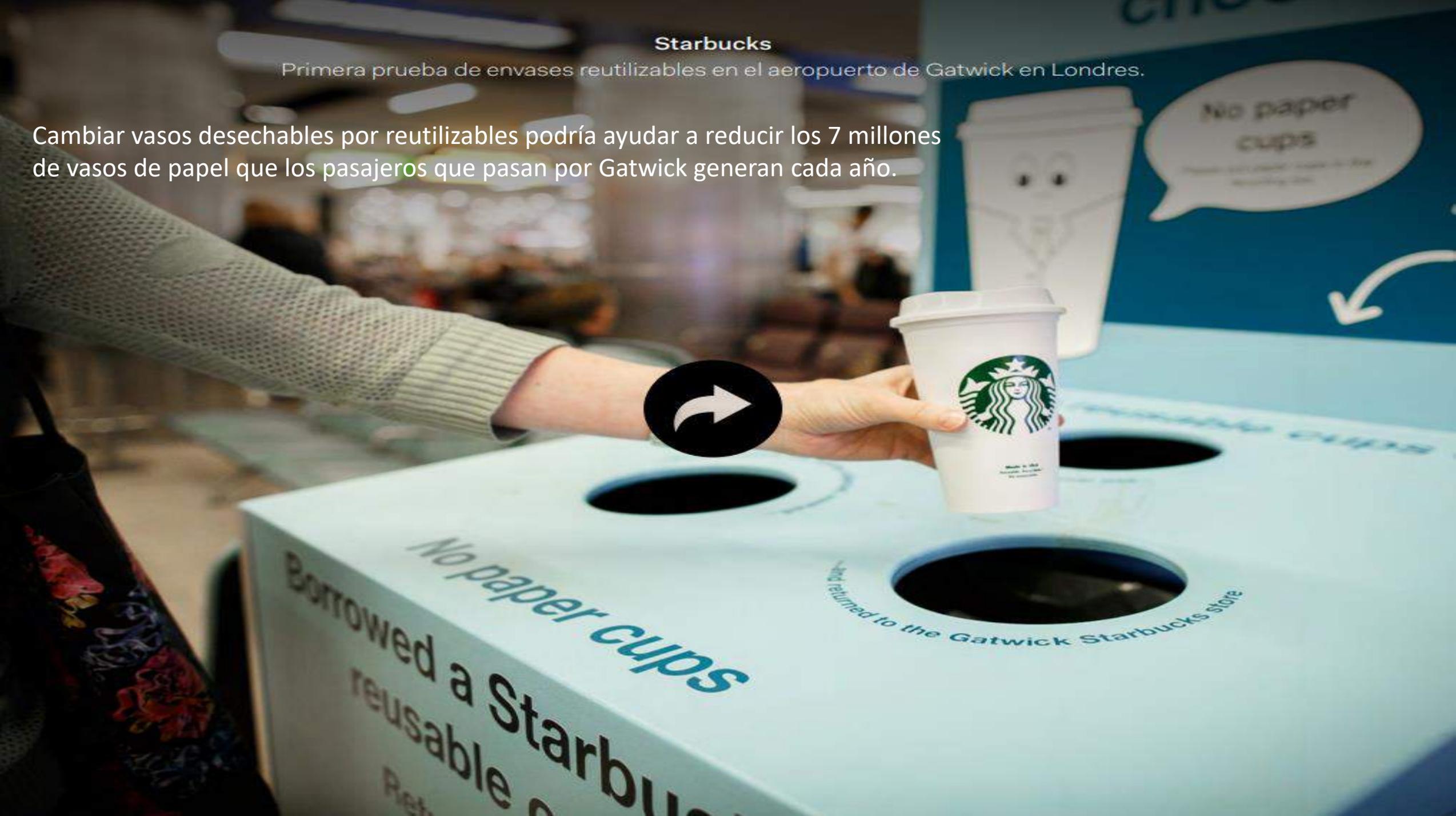
Won't Tire Out

SHOP NOW

Starbucks

Primera prueba de envases reutilizables en el aeropuerto de Gatwick en Londres.

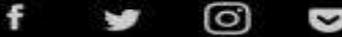
Cambiar vasos desechables por reutilizables podría ayudar a reducir los 7 millones de vasos de papel que los pasajeros que pasan por Gatwick generan cada año.



CupClub

Un servicio de economía circular que aspira a eliminar las tazas de café de un solo uso.

FASTCOMPANY



09.13.19

This coffee cup can be reused 132 times. Here's how to try one

Feel guilty about tossing your cup every day? CupClub has a plan



[Photo: CupClub]

Zircle

Primera tienda de segunda mano de Zalando en Berlín.



Circular Systems transforma los residuos de cultivos de alimentos en fibra valiosa, hilos y productos textiles para la industria de la moda.



Dyelicious

La comida que desperdiciamos como tinte natural.



La compañía china Dyelicious crea tintes de colores derivados de desechos de alimentos orgánicos como el café, el repollo y/o el jengibre

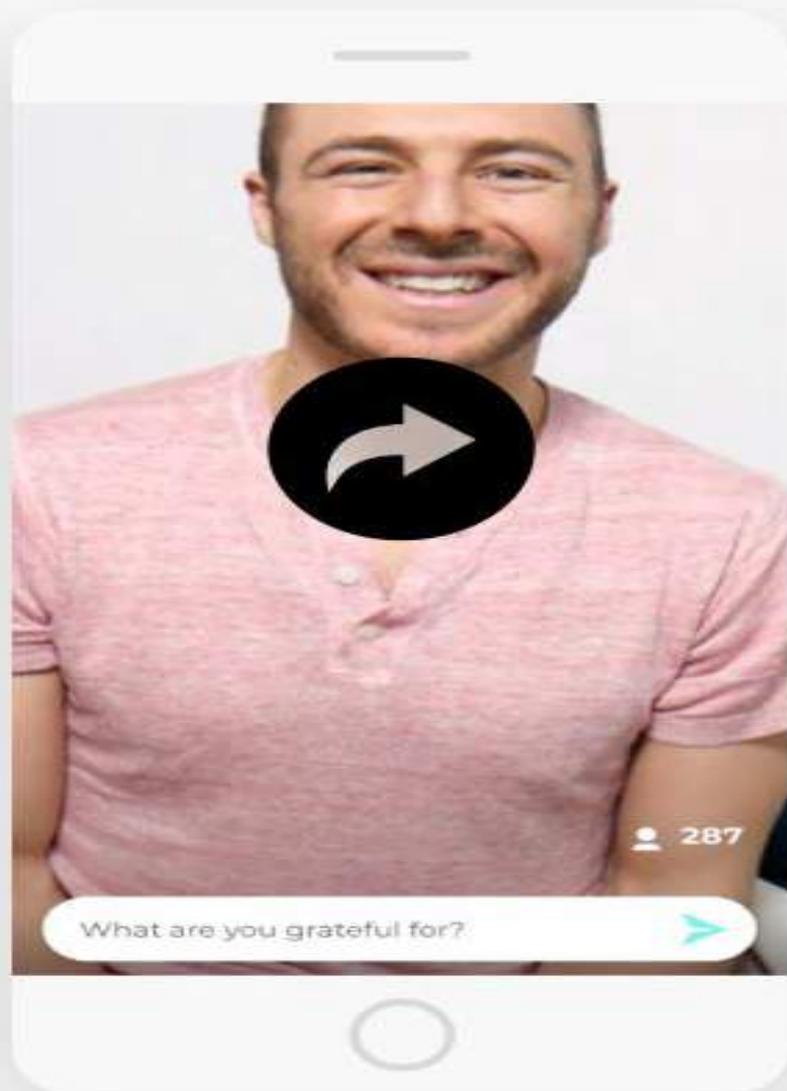
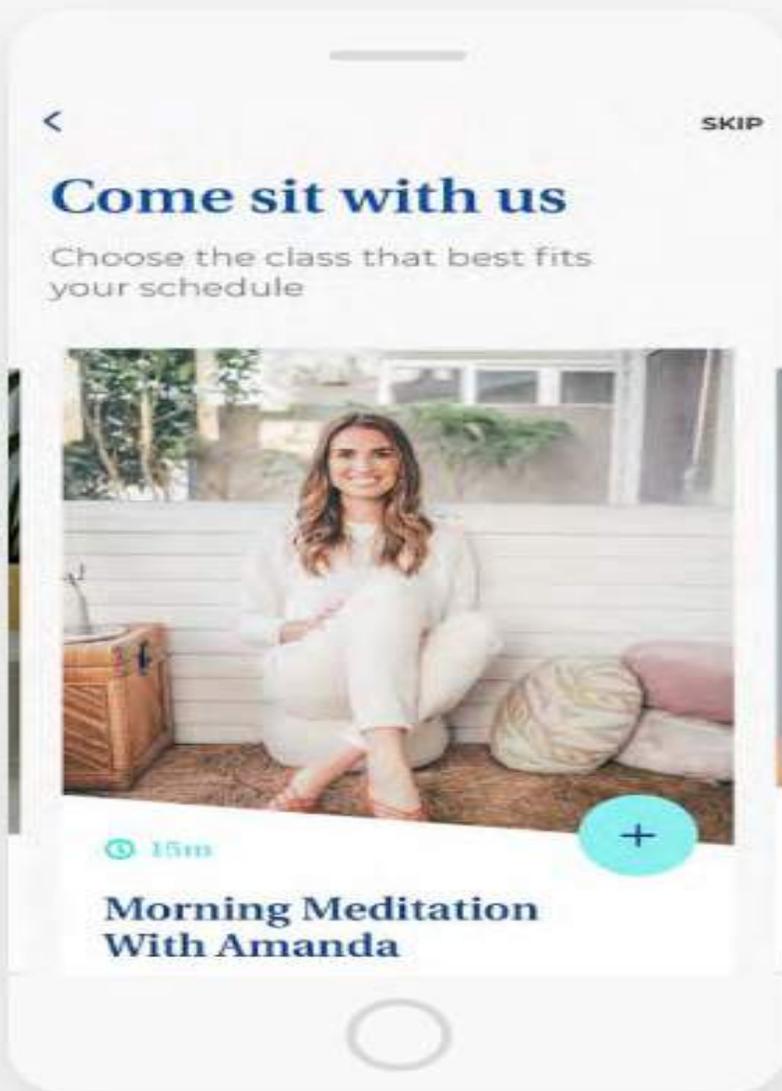
Bienestar digital

La salud mental importa
en un mundo ultraconectado



Journey LIVE

App para recibir clases de meditación grupales.



Kick

Petición de fármacos online para hablar con confianza.

kick

Píldoras para la ansiedad, ahora online

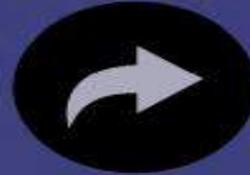
[Story](#)

[Guides](#)

[Blog](#)

Insider's Edge To Performing Anxiety Prescription-Strength Confidence

Beta-blocker prescriptions trusted by professionals to block shaking hands, racing heartbeat, and symptoms of nerves.



[Take One Step Forward](#)



STAT

**The
New York
Times**

**BUSINESS
INSIDER**

OZY

AI First

La Inteligencia Artificial
en la vida cotidiana



Modelos artificiales

Una compañía tecnológica japonesa ha creado una AI capaz de generar imágenes falsas de modelos de moda.



Perfumes inteligentes

Modelos humanos basados en AI

Brand Ideology

Los valores salen a la luz
y las marcas se posicionan alto y claro

Formación en diversidad

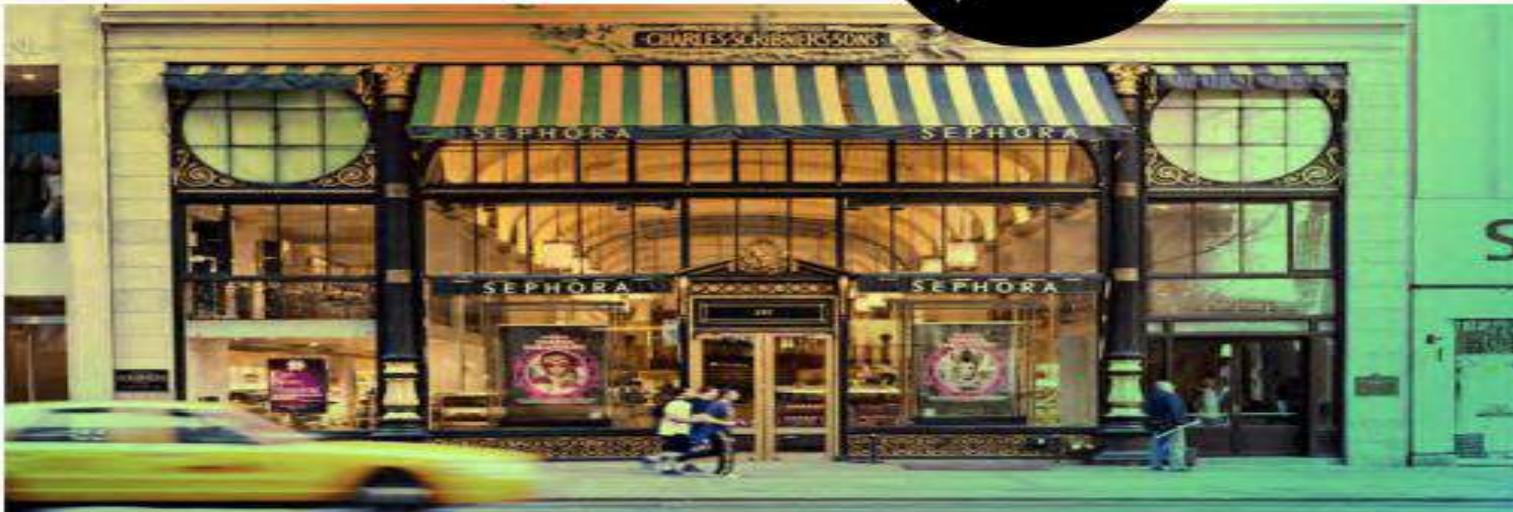
Sephora cierra durante una hora sus tiendas en EEUU para formar a sus empleados.

FASTCOMPANY

06.03.19



Here's why all of Sephora's U.S. stores will be briefly closed on Wednesday [updated]



[Photo: Flickr user Eric Wüstenhagen]

BY MELISSA LOCKER 1 MINUTE READ

Tributo a las mujeres

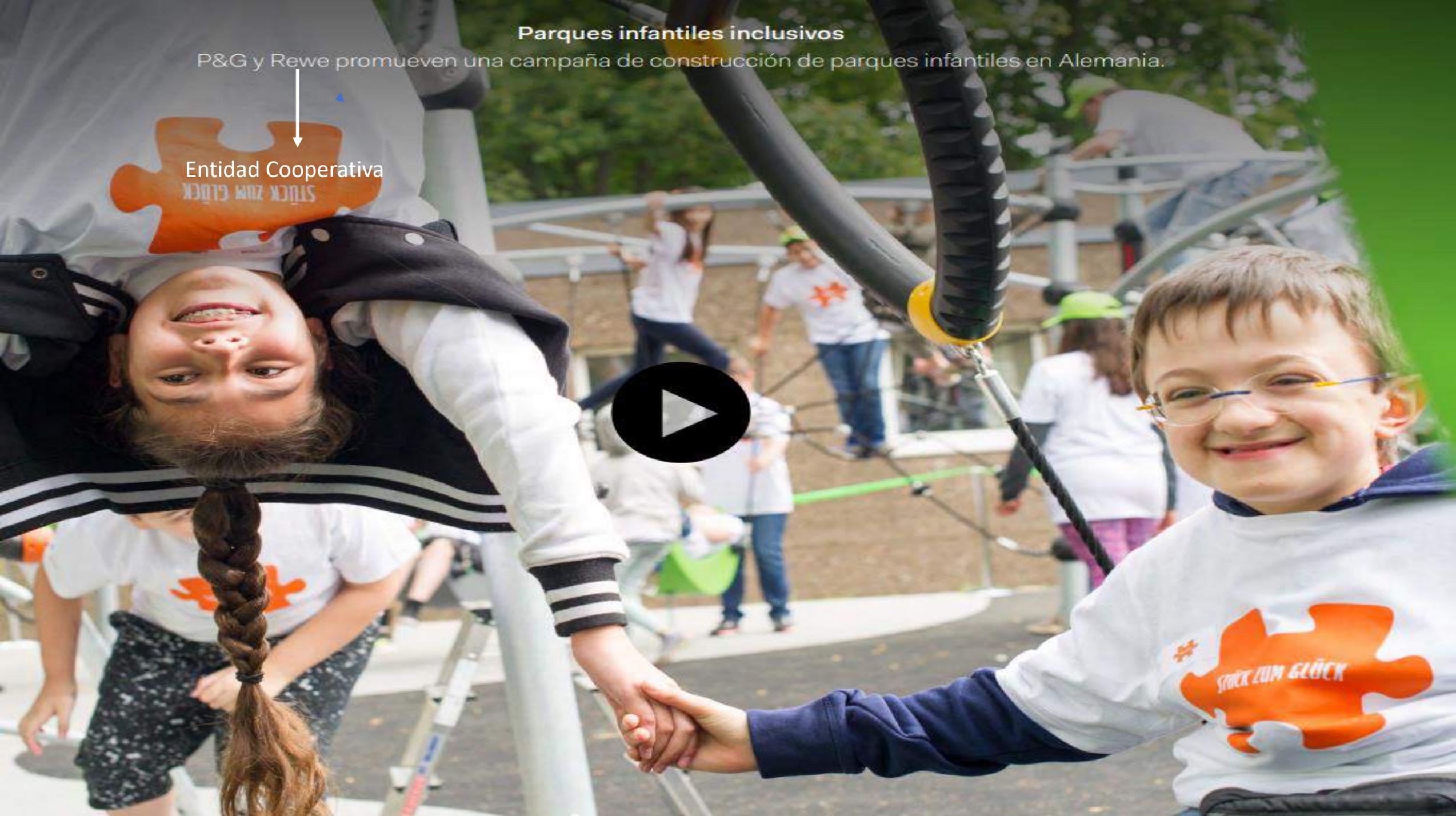
Campana de Gillette para el Día Nacional de la Mujer en Sudfrica.



Parques infantiles inclusivos

P&G y Rewe promueven una campaña de construcción de parques infantiles en Alemania.

Entidad Cooperativa



Disney y Netflix

Amenazan con abandonar el estado de Georgia por la ley del aborto.

AdAge

Search

Miss

Agencies reevaluate 4A's

Super Bowl news

CPG's new innovation

Enter A-List now

Creativity Top 5

Media

DISNEY JOINS NETFLIX IN PONDERING GEORGIA EXIT OVER ABORTION LAW

The company shot 'Avengers: Endgame' and 'Black Panther' in the state

Published on May 30, 2019.



Most Popular



How Pornhub pulled off its biggest philanthropic campaign yet

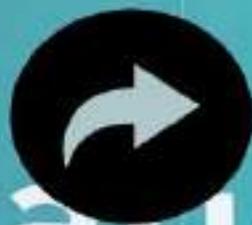


Why L'Oréal's ecommerce sales are up 49 percent year-over-year

Wallapop

Salte del armario con motivo del Orgullo.

Que nada
ni nadie
se quede
en el armario.



wallapop

Si no lo usas,
¡súbelo!

Domino's Pizza

Celebra la libertad de elegir y promueve el respeto a la diversidad en su campaña 'Diversity Hunger'.

SEA CON LA
SALSA QUE SEA
PERO, ¡MÓJATE!
EN DOMINO'S
ESTAMOS
ORGULLOSXS
DE QUE PUEDAS ELEGIR.

DIVERSITY
HUNGER
CELEBREMOS LA DIVERSIDAD



TE SIENTAS
COMO UN KING O
UNA QUEEN,
EN DOMINO'S
ESTAMOS
ORGULLOSXS
DE QUE PUEDAS ELEGIR.

DIVERSITY
HUNGER
CELEBREMOS LA DIVERSIDAD



 **Domino's Pizza**

Wallapop y Domino's Pizza con la diversidad



DEJÉMONOS
DE SECRETOS.
TE GUSTE LA MASA
QUE TE GUSTE,

 **Domino's Pizza**



TE GUSTEN
CON PLUMA

Tecnohumans

Del reconocimiento facial
a la tecnología emocional



Amazon Rekognition

El algoritmo de Amazon mejora sus capacidades de detección de emociones.

Female
100%

Eyes are open
100%

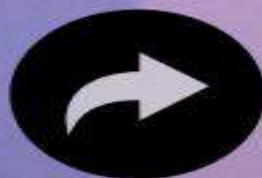
Happy
97.4%

Smiling
100%



Samsung Bot Care

Este robot de Samsung ayuda a los usuarios a administrar su rutina diaria de salud.



Afectiva

Mejora de la seguridad vial con IA de detección en cabina.

DISTRACTION	100
HEAD PITCH	20
ANGER	0
EYE CLOSURE	80
JOY	80



Móviles y personalidades

Científicos usan los movimientos del móvil para predecir tipos de personalidad.



RMIT Australia ▾

Students

Alumni & Giving

Staff

Library

RMIT Online



Study with us

Life at RMIT

About

Research

For business

A photograph of a woman with dark hair, wearing a dark blue button-down shirt, looking down at her smartphone. She is standing on a city street at night, with blurred lights from cars and buildings in the background. A black circular icon with a white arrow pointing right is overlaid on the image.

— Scientists use phone movement to predict personality types

It turns out the pattern of how your mobile phone moves around says a lot about your personality.

TECHNOLOGY

24 July 2019

Tendencia 1

All slow

Anhelo de otra existencia más reposada.

Tendencia 1. All slow

Trend axes

Existencialismo
Desaceleración
Introspección
Autoconocimiento

Nueva Zelanda

¿Reducción de la semana laboral?



New Zealand COVID-19 Alert Levels

LEVEL	RISK ASSESSMENT	RANGE OF MEASURES (can be applied locally or nationally)
Level 4 - Eliminate Likely that disease is contained	<ul style="list-style-type: none">• Sustained and contained within a very small number of individuals	<ul style="list-style-type: none">• Measures to restrict to stay at home• Educational facilities closed• Businesses closed except for essential services (e.g. supermarkets, pharmacies, grocery and food stores)• Restriction of gatherings and use of facilities• Travel severely limited• Major restriction of healthcare services
Level 3 - Restrict Heightened risk that disease is not contained	<ul style="list-style-type: none">• Difficult to prevent community spread• Multiple clusters break out	<ul style="list-style-type: none">• Measures to restrict to stay at home• APUs to be closed except for essential services• Major gathering ban• Public venues closed (e.g. bars, clubs, restaurants, cinemas, theatres, gyms, pools, amusement parks)• Restriction of gatherings and use of facilities• Separation of food premises and restaurants• Non-essential long distance air services and international air services suspended
Level 2 - Reduce Disease is contained, but risks of community transmission growing	<ul style="list-style-type: none">• High risk of spreading COVID-19 to a community through a small number of imported cases• Multiple clusters break out	<ul style="list-style-type: none">• Strict border requirements to prevent importation of COVID-19• Closure of international air services• Strict control of international travel (e.g. only essential travel permitted)• Separation of food premises and restaurants• Non-essential long distance air services and international air services suspended
Level 1 - Prepare Disease is not contained	<ul style="list-style-type: none">• High risk of spreading COVID-19 to a community through a small number of imported cases• Multiple clusters break out	<ul style="list-style-type: none">• Strict border requirements to prevent importation of COVID-19• Closure of international air services• Strict control of international travel (e.g. only essential travel permitted)• Separation of food premises and restaurants• Non-essential long distance air services and international air services suspended

Tendencia 2

Rethinking home

Replanteando las posibilidades del hogar.

Consumer Trends 2024

Tendencia 2. Rethinking home

Trend axes

Eficiencia
Versatilidad
Funcionalidad
Autoabastecimiento

Roomality
Sistema inmersivo 3D



Groundfridge

Nevera bajo tierra en el jardín



Tendencia 3

Automatic retail

La experiencia de cliente, sin cliente.

Trend axes

Automatización
Compra sin interacción
Experiencia de cliente
Comercio sin fricciones

Amazon Dash Cart

Carrito de la compra sin necesidad de colas

Organic Tomato On-The-Vine
\$2.99 / 1.00 lb Weight: 1.00 lb

Haas Avocado, Large
\$1.99 each Qty: 1

Lemon
\$0.79 each Qty: 1

Alexa Shopping List
DAIRY
Milk
Added 1 minute ago
DAIRY, AISLE 3 & 10

Popular List Items
+ Eggs
+ Bread
+ Bananas
+ Butter
+ T...

Done shopping?
Get through the Amazon Dash Cart lane.

ITEMS 3

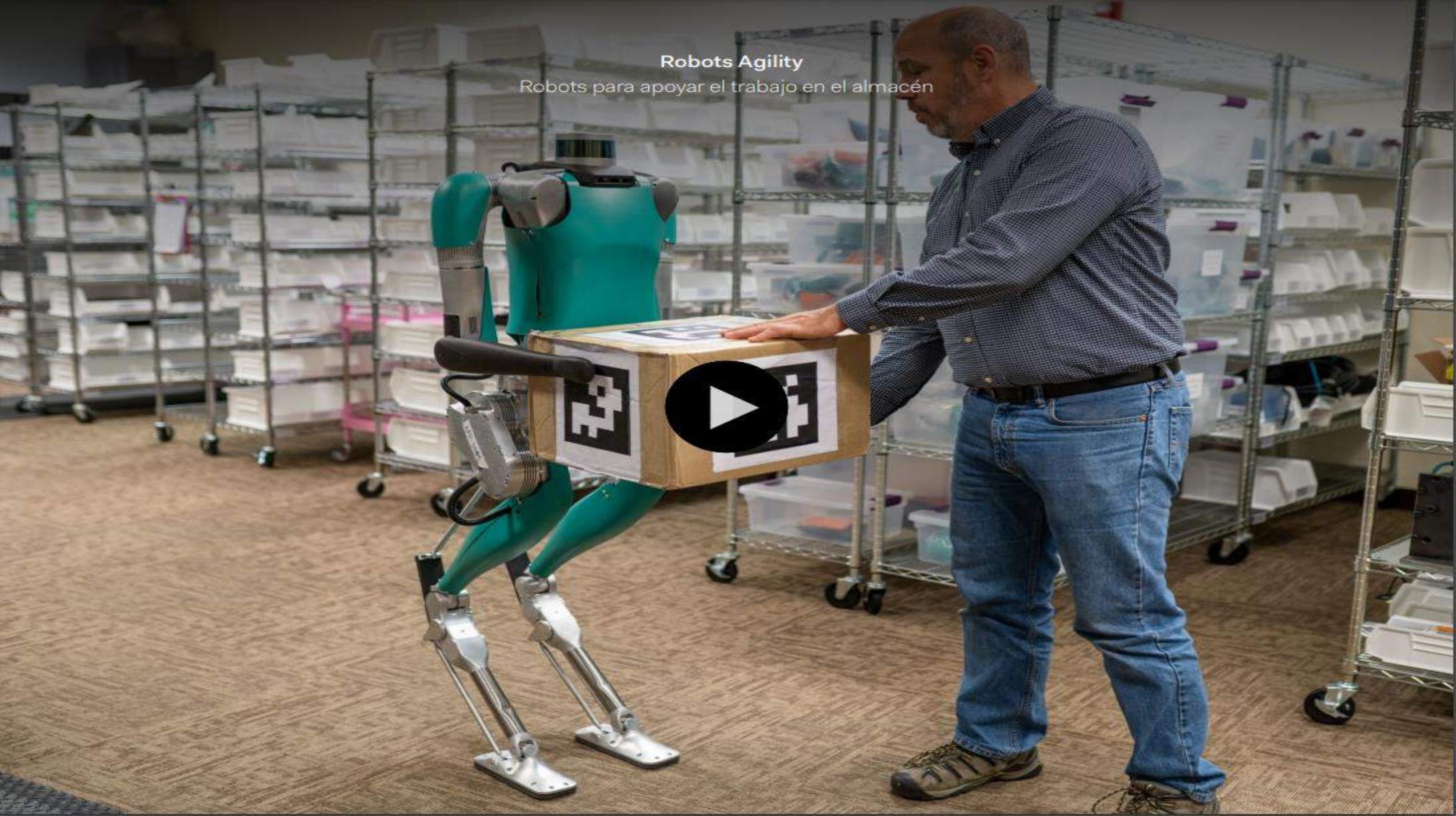
SUBTOTAL \$5.77

ADD Add PLU Item



Robots Agility

Robots para apoyar el trabajo en el almacén



Tendencia 4

Right to repair

Resurge la cultura de la reparación.

Tendencia 4. Right to repair

Trend axes

Reparación
Durabilidad
Trueque
Ecología

Tendencia 4. Right to repair

53,6M

Millones de toneladas de máquinas y dispositivos se consideraron obsoletos en 2019 todo el mundo y pasaron a ser desechos electrónicos.

17%

Porcentaje de dispositivos electrónicos que se reciclaron oficialmente durante el pasado año.

77%

Ciudadanos de la UE que preferirían reparar sus bienes antes que comprar otros nuevos.

90%

Ciudadanos de la UE estiman que los productos deben estar claramente etiquetados para indicar su durabilidad.

Teracube

Duración garantizada



Tendencia 5

Blended leisure

Un parón en la sociedad del disfrute.

Tendencia 5. Blended leisure

Trend axes

Ocio doméstico
Aforo limitado
Realidad virtual
Streaming

Liceo de Barcelona
Concierto por el bioceno



The Flaming Lips

Concierto con burbujas hinchables



Tendencia 6

Remote luxury

Glamour más allá de la boutique.

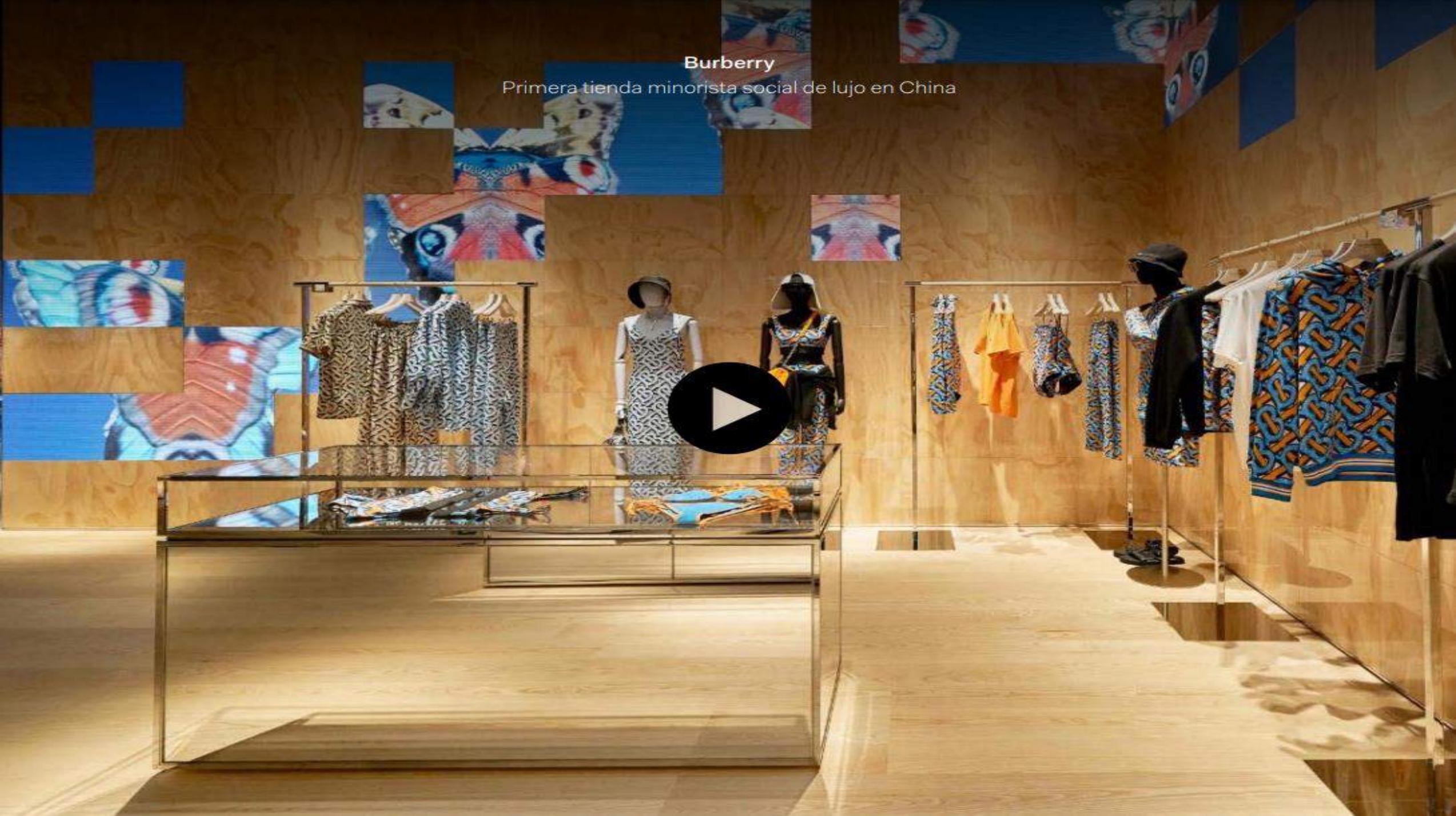
Tendencia 6. Remote luxury

Trend axes

Exclusividad
Omnicanalidad
Venta online
Experiencias de marca

Burberry

Primera tienda minorista social de lujo en China



Gucci

Asesoramiento personal a través de videoconferencia



Tendencia 7

Mental illness triggers

La salud mental en crisis tras la pandemia.

Ikea
Tomorrow starts tonight



A brown glass bottle of Sleep tea lies on its side with its black lid removed. Several white tea sachets are scattered on the blue surface in front of it. The bottle label reads "Sleep" and "THE MOST NATURAL ANTI-AGEING REMEDY".

£13

Tomorrow starts tonight

IKEA
THE WONDERFUL EVERYDAY



A yellow and pink can of Sleep energy drink is tilted, with a white plastic bag being pulled out of the opening. A large black play button icon is centered over the bag. The can label reads "SLEEP BOOSTS YOUR ENERGY".

£13

Tomorrow starts tonight

IKEA
THE WONDERFUL EVERYDAY



A clear glass jar of Sleep anti-ageing cream is shown with a dollop of white cream on top. The jar label reads "SLEEP THE MOST NATURAL ANTI-AGEING REMEDY".

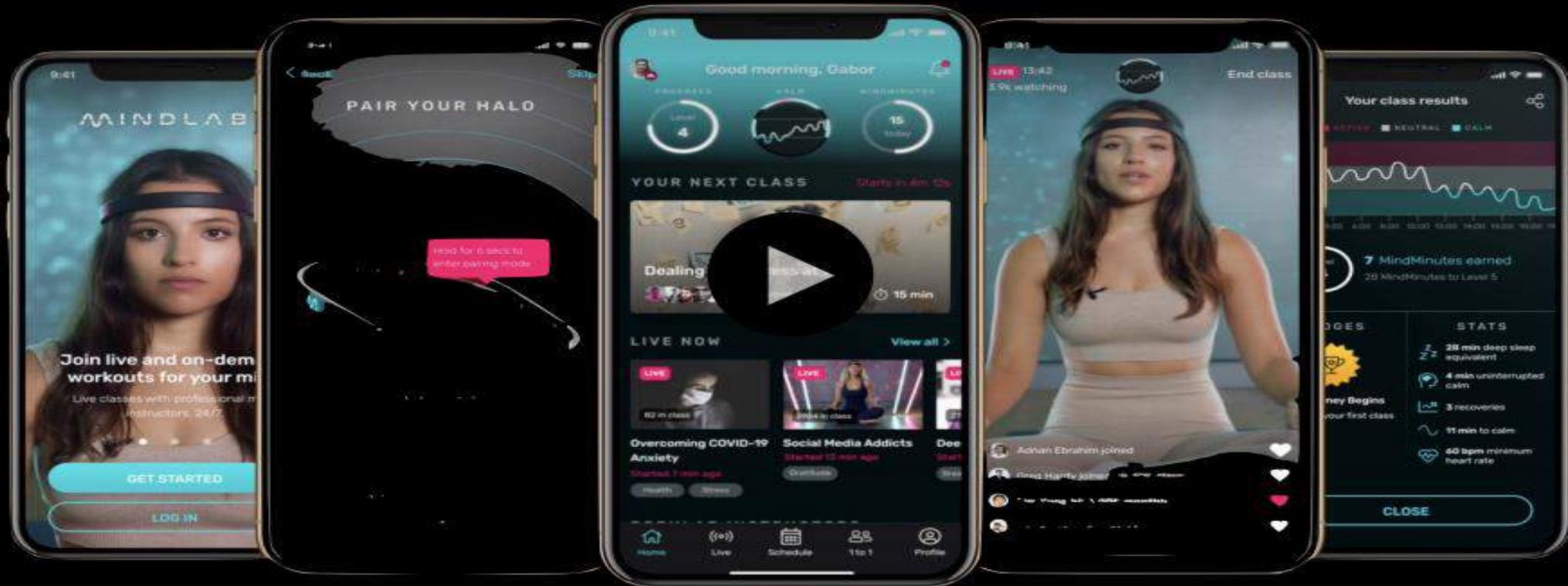
£16

Tomorrow starts tonight

IKEA
THE WONDERFUL EVERYDAY

Mindlabs

Rutinas de salud mental



Tendencia 8

New nomads

Por el mundo, con el ordenador auestas.

Trend axes

Nomadismo
Estrés
Autonomía
Flexibilidad

e-Residency
Residencia electrónica

e-Residency kit
Issued by the Estonian Police and Border Guard Board



e-Residency kit
Issued by the Estonian Police and Border Guard Board



REPUBLIC OF ESTONIA
E-RESIDENCY

Indie Campers

Teletrabajo desde la caravana



Tendencia 9

Brand activism matters

De las palabras a los hechos.

Trend axes

Activismo
Inclusión
Igualdad
Responsabilidad

64%

De los consumidores declara que recompensaría a las empresas que participan en algún tipo de activismo según una encuesta de Edelman en 35 países.

3.522

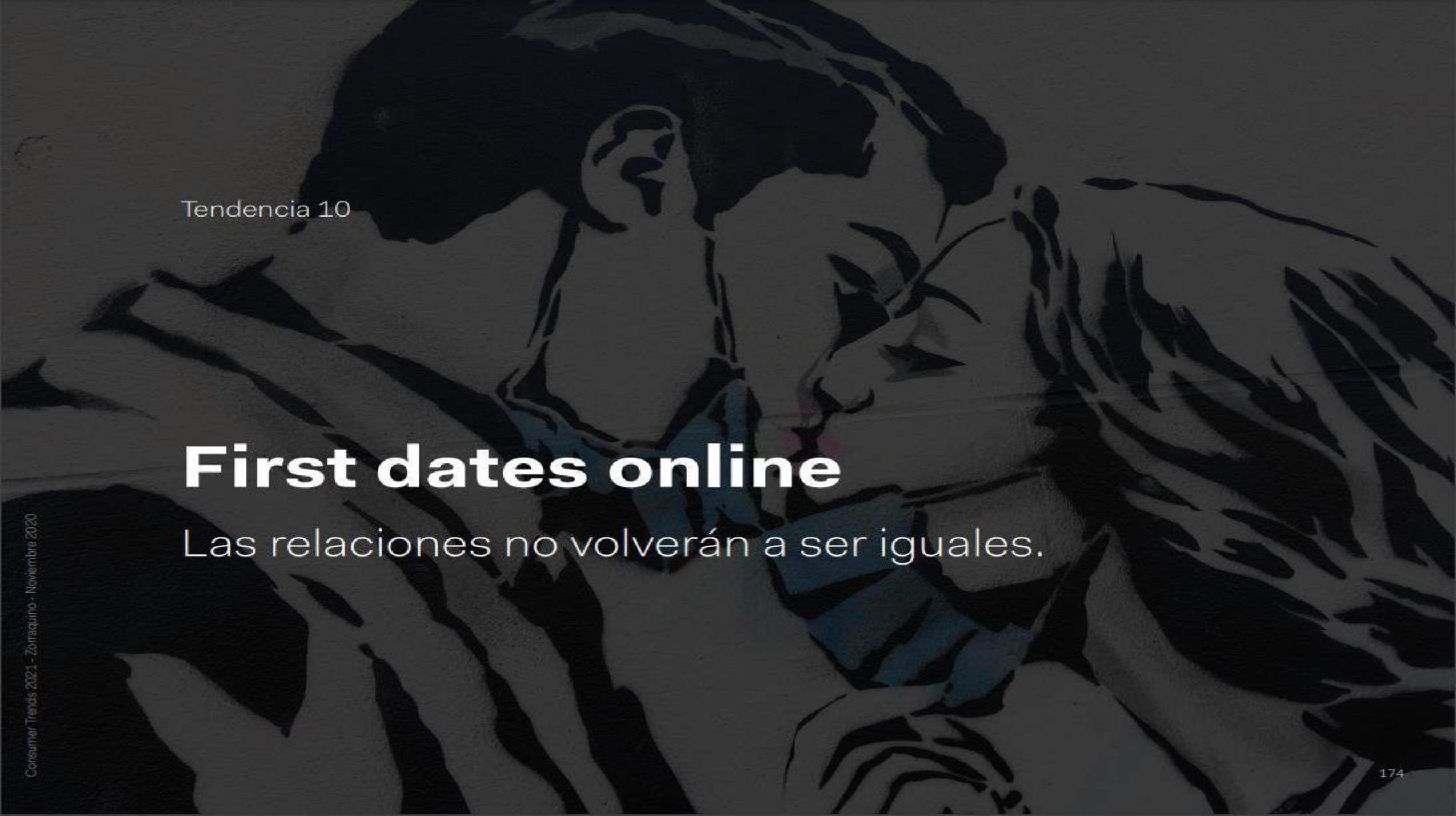
Empresas "B-Corps" certificadas en 74 países y 150 industrias, que están obligadas legalmente a tener objetivos más allá de sus ganancias.

+40%

De la reputación de una marca es consecuencia directa de su plan de trabajo en Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

75%

De los consumidores millenials declara que aceptaría un recorte salarial simplemente por trabajar en una empresa responsable con la sostenibilidad.



Tendencia 10

First dates online

Las relaciones no volverán a ser iguales.

Tendencia 10. First dates online

Trend axes

Supervivencia
Citas virtuales
Dating apps
Covidivorce

5

TENDENCIAS EN LA INDUSTRIA BANCARIA

La banca exponencial (se apoya en las leyes de Moore, Gilder, Horn y Metcalfe)

Claves para el cooperativismo financiero

BANCA EXPONENCIAL

Las tecnologías exponenciales impulsan el crecimiento de la banca al generar nuevos modelos de negocio

BANCA EXPONENCIAL

Banca Aumentada

Mejora la relación con el cliente ofreciéndole asesoría personalizada por medio de nuevas interacciones contextuales

Banca Automatizada

Combina la automatización inteligente y los recursos propios de los bancos para alinear con el nuevo journey del cliente la forma en que los empleados trabajan y sus tareas

Banca Abierta

Combina los servicios de otros proveedores con los propios del banco para ofrecer un mayor valor al cliente

Banca Cognitiva

Integra y analiza datos relevantes para presentar al cliente hipótesis, propuestas y recomendaciones únicas y personalizadas



TENDENCIAS DEL SECTOR FINANCIERO SEGÚN PWC

Tendencia 1. Fintech - Challenger bank

Tendencia 2. Economía colaborativa

Tendencia 3. Blockchain

Tendencia 4. Robotización e inteligencia artificial

Tendencia 5. La nube o el cloud computing

Tendencia 6. Ciberseguridad y el internet de las cosas

Tendencia 7. Asia, centro de innovación tecnológica

Tendencia 8. La inteligencia del cliente-data mining

Tendencia 9. Los reguladores adoptarán la tecnología

Tendencia 10. digitalización de todo

Bancolombia migrará 100 % de su operación a la nube de Amazon Web Services; reducirá costos 60 %

Por [Valora Analitik](#) - 2021-06-09

según Gartner, el 50 % de las empresas del mundo migrará a la nube en los próximos años.



Bancolombia

El nuevo consumidor :

Activo productor-Coste marginal casi cero ("Prosumer")

Consumidor ecológico ("Green consumer")

Más infiel y volátil ("Click consumer")

Tecnológicamente conectado ("Techno-consumer")

Buscador de experiencias y trends ("Cool-hunter")

Abierto a experiencias y sensaciones nuevas ("Hedonic consumer")

Abierto a la globalidad y pluralidad ("Ethno-consumer")

Requiere productos integrados -metamercados ("Holistic-consumer")

Las 5 etapas de decisión de compra

Antes el consumidor se amoldaba a la oferta, ahora el producto se adapta a la demanda.

1. Impacto

Es producto local y cómo impacta el medio ambiente ?

Productos seguros, éticos, y sostenibles.

Las nuevas generaciones lo exigen y tienen herramientas muy sólidas para comprobarlo y denunciarlo.

2. Composición

Cómo se hizo y de qué está compuesto ?

Productos simples, transparentes y saludables.

Un consumidor cada vez más informado, no sólo exige productos naturales. Quiere saber cómo, dónde, cuándo y quién ha producido los productos que encuentra

3. Adquisición

Cómo se compra ?

Nuevas formas de ahorrar tiempo y dinero.

Los consumidores eligen canales de compra alternativos. Como las nuevas tecnologías ondemand, que permiten a las industrias ofrecer un servicio rápido de entrega, o servicios de suscripción.

4. Imagen

Cómo se ve? Relación significado significativo.

Lo visual y la textura como valor diferencial.

En 2021, continuará la tendencia de "comer con los ojos": importante tanto para los consumidores como para la industria

5. Consumo

Cómo y cuándo se consume ?

El auge del delivery y la personalización.

El 55% de los españoles que viven en ciudades pide comida a domicilio al menos una vez al mes.

CLAVES PARA LAS COOPERATIVAS CON ACTIVIDAD FINANCIERA

- 1. Recuperar la identidad Cooperativa.**
- 2. Implementar la gestión del cambio como proceso colectivo.**
- 3. Establecer vínculos diferentes con los asociados, más allá del producto.**
- 4. Implementar un modelo de educación orientado a transformar la cultura capitalista y consumista de nuestras bases sociales.**
- 5. Monitorear permanentemente las megatendencias, los avances tecnológicos y los métodos modernos de planeación, prospectiva y gestión empresarial.**
- 6. Crear un modelo de negocios centrado en el asociado, se debe empezar por conocer muy bien y en detalle la base social**

7. Promover una integración diferente y complementaria a la gremial: La económica.

8. Promover la participación en política desde la economía solidaria.

9. Hacer una comunicación institucional diferente a la tradicional con las bases sociales (Brand ideology)

10. Vincular el Crédito al consumo.

11. Hacer permanente exploración del valor (investigación), la primera fase del mercadeo social. La segmentación es fundamental

12. Ejecutar claras estrategias de mercadeo de conquista y de retención.



**Convención
Financiera Cooperativa
Internacional 2021**

REACTIVACIÓN Y RECUPERACIÓN ECONÓMICA

20 Y 21 DE OCTUBRE

MUCHAS GRACIAS