



NUEVO CIUDADANO

INFORME CON LOS PRINCIPALES RASGOS DEL CIUDADANO EN LA
NUEVA REALIDAD POST COVID-19

"TODO PUEDE SERLE
ARREBATADO A UN
HOMBRE, MENOS
LA ÚLTIMA DE LAS
LIBERTADES HUMANAS:
EL ELEGIR SU ACTITUD
EN UNA SERIE DADA
DE CIRCUNSTANCIAS,
DE ELEGIR SU PROPIO
CAMINO".

CONTENIDOS

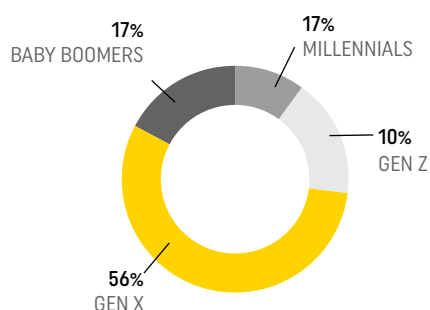
EL EXPERIMIENTO	2
INTRODUCCIÓN	3
EL CIUDADANO: TÚ Y YO	4
SENSACION DE VULNERABILIDAD Y PREOCUPACIÓN POR LA SALUD	4
REDUCCIÓN DEL CONSUMO INCONSCIENTE, VIVA EL CONSUMO CONSCIENTE	5
AFRONTAR LA INCERTIDUMBRE	5
TECNOLOGÍA (TRABAJO EN REMOTO)	6
OCIO Y ENTRETENIMIENTO	6
MÁS CONCIENCIA SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL	7
CALL TO ACTION	8
LA REACTIVACIÓN	8
DESVELAR NUEVAS NECESIDADES / NUEVA EXPERIENCIA CLIENTE	8
SALTAR LA BUROCRACIA E INNOVAR	9
REDISEÑAR TU PROPÓSITO	10
DEJAR TU HUELLA	10
CONCLUSIONES	11

EL EXPERIMENTO

En el mes de abril, en **MIND THE GAP**, lanzamos una encuesta a través de nuestras Redes Sociales con el objetivo de recabar datos sobre los posibles comportamientos y preferencias de los ciudadanos tras el **CoVid19** "¿Qué clase de ciudadano serás tras la pandemia?"

La encuesta estaba compuesta por 10 preguntas. Para cada una se podía elegir una opción sobre cuatro respuestas posibles. Al final de la encuesta, según las preferencias de cada participante, se devolvía un perfil de ciudadano: Superviviente, Currante/a, Disfruton@ o Activista.

La encuesta estuvo disponible durante 10 días en el mes de abril y fue contestada por **un total de 1.460 personas, 58% mujeres y 42% hombres**, distribuidos por las siguientes generaciones:



DISTRIBUCIÓN DE
ENCUESTADOS POR
GENERACIONES

INTRODUCCIÓN

Permitidnos utilizar una metáfora para ejemplificar lo que estamos viviendo y los sentimientos encontrados frente a la pandemia. En los países desarrollados la mayoría vivíamos en la azotea de un lujoso edificio y este virus nos ha hecho bajar de golpe al subsuelo y refugiarnos en las salas de calderas, dándonos una bofetada de realidad que nos recuerda que hay cosas básicas y necesarias sin las que se para todo y que somos vulnerables como cualquier otra especie del planeta.

Vivimos una de las crisis humanitarias más graves desde de la Segunda Guerra Mundial. Nos aislamos en nuestros hogares, digitalizamos nuestro trabajo y hemos dado muestras de **solidaridad** como nunca vistas. Durante la pandemia han surgido **economías colaborativas** y hemos mirado a los ojos a nuestros vecinos desde la distancia. Una fuerza como comunidad que parece imparable en el futuro. Se han activado medidas de ayuda económica para los ciudadanos en los estados y todos estamos muy preocupados por el qué pasará cuando todo esto haya pasado.

En este informe no encontrarás verdades absolutas. Lo que sí nos gustaría es abrir una ventana a la reflexión y el análisis sobre los resultados de la encuesta, sobre cómo vemos esta **Nueva Realidad** que se avecina y cuál es el "zumbido" en el mercado. A pesar de que hoy es imposible predecir nada con certeza, recoger opiniones y ordenarlas siempre aporta algo de luz sobre un futuro muy borroso. Además, 1.460 personas opinando da para sacar conclusiones razonablemente significativas.

¿No crees?

EL CIUDADANO: TÚ Y YO

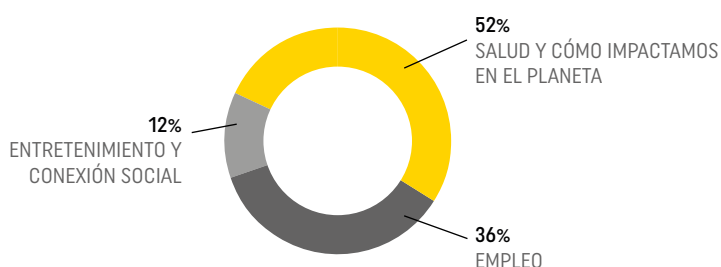
UNA REFLEXIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL CIUDADANO A FIN DE DESVELAR SUS NUEVAS NECESIDADES, CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO, PREOCUPACIONES Y EXPECTATIVAS POST COVID-19.

SENSACIÓN DE VULNERABILIDAD Y PREOCUPACIÓN POR LA SALUD

El Coronavirus ha hecho que tengamos más empatía hacia las personas y sobre todo con los que más lo necesitan. Muchas son las iniciativas que han surgido estos días: desde **cartas anónimas** de ánimo para los enfermos de la UCI, **aplausos** en los balcones de toda España, **videollamadas** para que los abuelos no se sientan solos, incluso **hacer la compra** a la vecina/o que es mayor y no puede salir de casa. En esta pandemia, cuidar de la salud, ayudar a las personas vulnerables y el empleo son nuestras principales preocupaciones.

No podemos olvidar el papel de los sanitarios que han sido **nuestros salvadores**, se han convertido en "héroes" de esta crisis, junto con todas las personas que han trabajado y colaborado para que todos tuviéramos lo necesario cuando el mundo se paró: repartidores, farmacias, supermercados, personal de limpieza... son muchos los que han estado ahí.

Con este futuro incierto, seguimos muy preocupados por cuidarnos de nosotros mismos y de las personas que nos rodean. Después de la pandemia **cuidar de la salud** será una de nuestras prioridades junto con ayudar a los que más lo necesitan (52%). Las imágenes de desolación de estos meses nos han impactado fuertemente y no queremos que se vuelvan a repetir.



LO QUE NO ME QUITO
DE LA CABEZA EN ESTE
MOMENTO

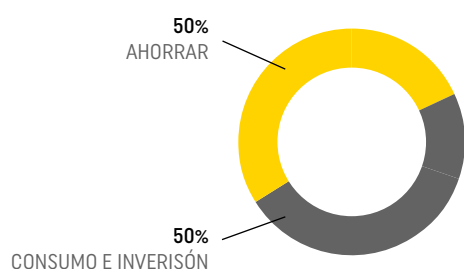
Este cuidado y protección frente al virus ha hecho que cambiemos nuestra rutina y, hasta que no encontremos una vacuna, seguirá siendo nuestra realidad: el uso de desinfectante, mascarillas y distanciamiento social. Se transforma nuestra forma de relacionarnos, movernos por las ciudades y por supuesto, los negocios.

Después de la pandemia, **la medicina seguirá teniendo un papel muy relevante** en nuestra vida y en el futuro se abrirán nuevos campos de investigación en la medicina genética o la medicina preventiva, que junto a la búsqueda de la cura son ya una prioridad mundial.

REDUCCIÓN DEL CONSUMO INCONSCIENTE, VIVA EL CONSUMO CONSCIENTE

En este entorno, **buscaremos el ahorro y el consumo responsable**. El 48% de nuestros encuestados reducirá su consumo y en el caso de hacer alguna compra, tendrá preferencia por el **comercio de proximidad**. El origen de los productos, la manufacturación e incluso ayudar a los pequeños comercios que lo están pasando mal, será una de nuestras prioridades. Poseer menos cosas pero de calidad, huir de la obsolescencia programada de los últimos años hacia una economía del reciclaje.

Será una buena oportunidad para los pequeños comercios y marcas que podrán ofrecer servicios de postventa y reparaciones de los productos como alternativa al tirar y comprar uno nuevo. Además, marcará un posicionamiento de las marcas hacia un **"conscious business"** que tendrá que ser una realidad.



A ESTO DEDICARÉ
MI DINERO

AFRONTAR LA INCERTIDUMBRE

El coronavirus nos ha sumergido en una "economía de guerra" de la que no sabemos con certeza cuándo podremos salir. Muchas personas han perdido sus empleos o están inmersos en un ERTE (de acuerdo con el Ministerio de Trabajo más de dos millones de personas en España están afectados por un ERTE y más de 280 mil personas se han quedado sin empleo en el mes de abril) junto a la salud, **el empleo** es una de nuestras mayores preocupaciones presentes y futuras.

Con una población con los ingresos reducidos y en medio de una recesión, las personas empezarán a ahorrar más y en ocasiones necesitarán financiación para afrontar los imprevistos. El 50% de nuestros encuestados se dedicará a **ahorrar** en los próximos meses.

La innovación en productos financieros por parte de los Bancos será clave. Con un perfil financiero del ciudadano más conservador saldrán a la luz productos como planes de pensiones, seguros de salud y de vida, depósitos, bonos de renta fija, pagarés... Es un reto para las entidades financieras aprovechar esta oportunidad para ofrecer a sus clientes nuevos productos con un perfil de bajo riesgo e innovadores.

Ganarán relevancia los bancos justos y transparentes, una posición que algunos de ellos ya habían adquirido y ahora gana mucha más fuerza. Los bancos tienen una labor social de ayudar a la sociedad.

Por otro lado, ganarán relevancia los bancos justos y transparentes, una posición que algunos de ellos ya habían adquirido y ahora gana mucha más fuerza. **Los bancos cumplen una labor social de ayudar a la sociedad**. Se acabaron las comisiones usureras y el no hablar con el cliente, es hora de poner al cliente en el centro, escucharle y ayudarle en esta crisis.

TECNOLOGÍA (TRABAJO EN REMOTO)

Durante estos días hemos vivido **el mayor experimento de teletrabajo a nivel mundial**. Esto nos ha puesto a prueba y hemos visto que es posible hacerlo. Así lo cree el 83% de los participantes en nuestra encuesta de Teletrabajo que opinaba que su nivel de productividad es igual o mayor teletrabajando. Una digitalización acelerada que nos ha hecho conectarnos con nuestros clientes, compañeros y familiares a través de pantallas. Esto ha llegado para quedarse.

Una digitalización acelerada que nos ha hecho conectarnos con nuestros clientes, compañeros y familiares a través de pantallas. Esto ha llegado para quedarse.

En campos como la medicina, también se ha avanzado con la **telemedicina** como una forma atender a las personas enfermas con dolencias no graves y enfermedades crónicas. Una reacción al colapso sufrido en los centros de atención primaria y hospitales pero que ha servido para digitalizar algo tan presencial como las consultas médicas en algunos casos.

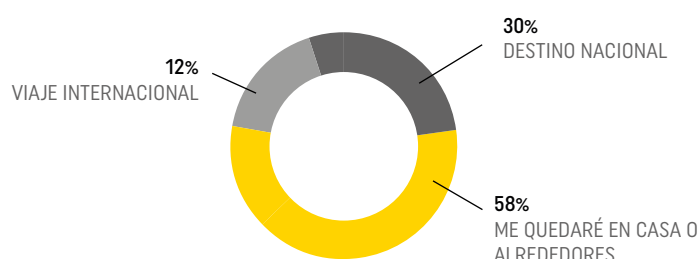
La posibilidad de una consulta médica remota mediada por tecnología permite que nadie quede desatendido, reduciendo la visitas presenciales y las movilizaciones de pacientes innecesarias, a la vez que los médicos puedan controlar mejor su agenda, planteando un nuevo **desafío a futuro en la monetización de esta nueva forma de consultas virtuales**.

En este periodo, muchos españoles se han dado cuenta que necesitan más espacio en sus hogares, pisos céntricos pequeños, sin balcón y muy funcionales, han pasado a ser una fuente de estrés durante el confinamiento. Esto unido a la posibilidad de teletrabajar ha hecho que **algunas personas se planteen irse a las afueras de las ciudades**, a lugares más económicos con más espacio y naturaleza.

Esta tendencia en el futuro **podría ser un salvavidas para la España vacía**: jóvenes con posibilidad de teletrabajar que regresan a los pueblos en busca de tranquilidad y una alternativa al ritmo frenético de las ciudades. Una nueva oportunidad de negocio para el sector de viajes, entretenimiento o inmobiliario con nuevas experiencias en lugares diferentes en los que combinar entorno, ocio y teletrabajo.

OCIO Y ENTRETENIMIENTO

La incertidumbre también marcará el ritmo de nuestros **viajes**. Con las restricciones de movilidad sumado a la recesión económica, todo parece indicar que no nos planteamos movernos este año de nuestra casa. Los viajes que haremos serán nacionales, si es que los hacemos. El 58% de las personas encuestadas afirma que **se quedará en casa** o alrededores y el resto un 30% lo hará a un **destino nacional**, frente solo el 12% de los encuestados que se plantea un **viaje internacional**.



DÓNDE IRÉ DE
VACACIONES ESTE AÑO

Datos reveladores en un panorama que, dadas las restricciones de circulación entre territorios y un país en el que el pulmón económico está compuesto por el sector servicios, vislumbra una dura temporada 2020. A mediados de abril el FMI preveía una caída del 8% en el PIB de España.

La incertidumbre también marcará el ritmo de nuestros viajes. Con las restricciones de movilidad sumado a la recesión económica, no nos planteamos movernos este año de nuestra casa.

Frente a la crisis siempre hay historias de reinención e inspiradoras que nos muestran que podemos encontrar una alternativa e innovar. Es el caso de algunos restaurantes que han conseguido continuar su actividad convirtiendo su negocio en **comida a domicilio** o todo tipo de actividades que ahora se ofrecen online ¿Quién nos iba a decir que nos íbamos a conectar con nuestro profesor de yoga por zoom?

MÁS CONCIENCIA SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

Con el coronavirus como catalizador, la acción social ha ganado fuerza y nos ha hecho tomar conciencia de que las **acciones individuales**, por pequeñas que parezcan, pueden **impactar mucho en la sociedad y el planeta**. Durante estos días hemos visto grupos de delfines en las costas de Vigo, tiburones en Motril o un cielo de Madrid sin apenas contaminación. Cuando el encierro acabe y volvamos a la **Nueva Realidad**, esta experiencia no la vamos a olvidar. Así lo piensa el 41% de los encuestados que cree que tendremos más conciencia social y medioambiental en el futuro.

Las empresas no puede quedar ajenas a esto. El colectivo es el protagonista y lo individual solo tiene sentido como parte integrante del conjunto. En esta nueva realidad, no todo vale. Queremos crecer y prosperar, sí. Pero de una forma consciente. Por ello, para reactivar las empresas **no podemos dejar de lado los retos sociales y medioambientales**.

Las empresas no pueden quedar ajenas a esto. El colectivo es el protagonista y lo individual solo tiene sentido como parte integrante del conjunto. En esta nueva realidad, no todo vale.

El propósito será muy relevante, a nivel ciudadano, gubernamental y empresarial. El 81% de los encuestados piensa que cada día es más consciente de su impacto en el mundo que les rodea. El **reciclaje**, las **economías circulares**, reducción de **plásticos**, utilizar **energías** menos contaminantes y un fuerte sentimiento de pertenencia a una **Comunidad**, serán un must en la Nueva Realidad.

CALL TO ACTION

LAS PALANCAS DE ACTIVACIÓN DEL NEGOCIO POST COVID-19

LA REACTIVACIÓN

La situación de desabastecimiento que hemos vivido durante las primeras semanas de la pandemia, ha hecho que nos replanteemos nuestra industria, **la clase de país que queremos ser en el futuro** y los efectos de una dependencia de países como China o India para la producción de según qué productos. Los gobiernos tomarán cartas en el asunto para activar sectores que hasta ahora parecían no rentables. Estamos aprendiendo cómo **lo económico en muchas ocasiones no debe prevalecer sobre la seguridad o la salud**. Ejemplos de esto lo tenemos por toda España: talleres de moda reconvertidos para hacer mascarillas o empresas de cosmética, que dedican sus recursos para hacer geles desinfectantes.

Encontrar nuevas oportunidades de negocio y tener un buen Plan de Reactivación después de la pandemia será clave. Es hora de re-activarse buscando una supervivencia en este 2020 que nos queda y reposicionarse para el 2021.

Encontrar nuevas oportunidades de negocio y tener un buen Plan de Reactivación después de la pandemia será clave. Es hora de re-activarse buscando una supervivencia en este 2020 que nos queda y reposicionarse para el 2021 que nos viene. De esta forma garantizamos la longevidad de nuestra empresa ahora y en el futuro, cuando los ERTes hayan desaparecido, las ayudas gubernamentales sean menores y nos encontremos solos ante nuestra cuenta de explotación.

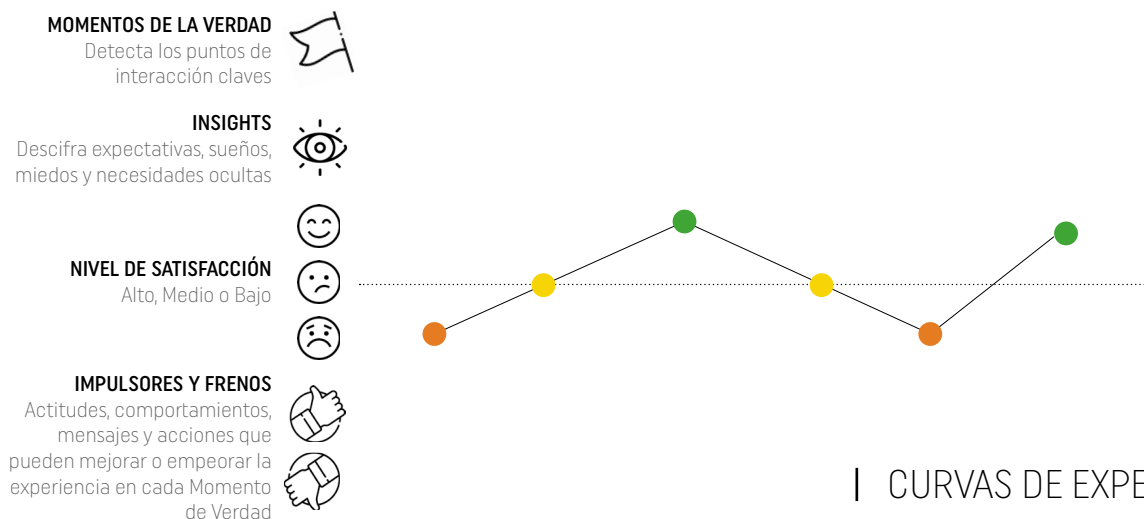
DESVELAR NUEVAS NECESIDADES / NUEVA EXPERIENCIA CLIENTE

El distanciamiento social y las nuevas medidas de protección harán que visitar tiendas, gimnasios, bares, restaurantes, peluquerías, salas de conciertos... ya no sea lo mismo. **Nuevas formas de interrelacionarse** y un **rediseño de los espacios** a favor del distanciamiento entre personas y el aire libre pasan a ser fundamentales.

En este contexto, es muy importante **rediseñar una nueva experiencia de cliente**. Para ello, a través de la **empatía** y las **Curvas de Experiencia**, las empresas tienen una herramienta muy potente que les permitirá detectar los momentos más importantes y los factores que influyen en el viaje de sus clientes, empleados y ciudadanos para:

- **Reconectar** con el cliente a fin de crear soluciones adaptadas a sus necesidades en la realidad post Covid-19.

- **Cuidar del talento** entendiendo los cambios necesarios para garantizar un entorno de trabajo acorde a la nueva realidad.
- **Impactar positivamente en la comunidad** diagnosticando cuáles son las palancas a activar.
- **Abrazar la evolución de la sociedad y ciudadanos** y entender que el futuro es colectivo.



SALTAR LA BUROCRACIA E INNOVAR

En la búsqueda de alternativas para afrontar esta Nueva Realidad, la innovación es la vía más efectiva para elegir **nuevos caminos y encontrar posibles futuros**. Ya no hay discusión. Es necesario permitir la adaptación constante del negocio a las necesidades cambiantes. Y sobre todo estar dispuestos a cambiar en cualquier momento. De esto va la innovación.

El entendimiento profundo de las necesidades post covid-19 abre un abanico de oportunidades para que las empresas se reinventen y ofrezcan nuevos productos y/o servicios para atender a las expectativas de los clientes. Las organizaciones capaces de implementar un modelo que facilita la innovación, serán las capaces de desarrollar soluciones, testearlas e implementarlas en cortos espacios de tiempo. Haciendo que pasen cosas nuevas.

Las organizaciones capaces de implementar un modelo que facilita la innovación, serán las capaces de desarrollar soluciones, testearlas e implementarlas en cortos espacios de tiempo. Haciendo que pasen cosas nuevas.

Por ello, **es fundamental trabajar el liderazgo y establecer equipos transversales ágiles** que trabajen de manera descentralizada en procesos de innovación rápida, saltando la burocracia que retrasa y genera lentitud. El objetivo es impulsar la **productividad**, la **rapidez** y la **flexibilidad** para acelerar el proceso de **reactivación de las empresas**.

REDISEÑAR TU PROPÓSITO

El inicio del CoVid-19 generó lo que podemos llamar parálisis momentánea. La percepción inicial de fugacidad dió lugar a que los planes y proyectos se suspendieron hasta la vuelta. Sin embargo, con el paso de las semanas, nos dimos cuenta de que esto iba en serio y era muy real.

Frente a este escenario, **empresas se han visto forzadas a cambiar sus metas y objetivos, proyectando nuevos futuros posibles**. La volatilidad de los negocios impacta directamente a la cuenta de explotación y la falta de rumbo claro genera sensación de vulnerabilidad y frustración entre los empleados. Por ello, en las empresas debe primar la transparencia y buscar dar respuestas acertadas en medio de la tormenta. Y sobretodo ofrecer a sus empleados una guía sólida, motivadora y conectada con la estrategia que ayude a superar esta situación con éxito. **Encontrar un nuevo propósito y contarlo a través de una Nueva Narrativa**, será la vía más efectiva para mover, inspirar y transformar a las personas de la organización hacia nuevos futuros.

Encontrar un nuevo propósito y contarlo a través de una Nueva Narrativa, será la vía más efectiva para mover, inspirar y transformar a las personas de la organización hacia nuevos futuros.

Así que toca diseñar un nuevo **Tótem de Reactivación** para comunicar el posicionamiento de las empresas con un nuevo relato post-crisis, en cuatro pasos:

- Definir los tres conceptos clave - las palancas de reactivación.
- **Reformular el gran propósito** de la compañía post CoVid-19.
- Traducir todo esto en un **manifiesto** que explique de manera sencilla los nuevos valores de la organización y defina herramientas y comportamientos para practicarlos.
- Plantear la construcción y activación de una Narrativa a través de un **Plan Transmedia** para comunicar las palancas de transformación y guiar la organización por el camino a atravesar para llegar a destino.

DEJAR TU HUELLA

En esta Nueva Realidad no todo vale. El propósito es muy relevante y las empresas tienen que crecer y prosperar con soluciones a los retos sociales y medioambientales. Es la única forma de conseguir una verdadera ventaja competitiva en un entorno en el que, ya no solo habrá auditorías financieras, también pasarán a ser habituales las de sostenibilidad. Un mundo en el que los KPI's de negocio convivirán con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**.

Es una oportunidad para conectar el propósito empresarial con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, un reto que no es únicamente de las empresas, también de los gobiernos y ciudadanos.

Es una oportunidad para conectar el propósito empresarial con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, un reto que no es únicamente de las empresas, también de los gobiernos y ciudadanos.

Las empresas conectarán sus servicios, productos y procesos con los ODS que más relación tienen con su actividad o que más afecta a sus comunidades de referencia. De esta forma serán capaces de crear un impacto positivo con sus acciones como compañía y por supuesto, hacer los **negocios** de una forma **más ética, humana y sostenible**.

CONCLUSIONES

Es complicado saber hacia dónde nos llevan estos días extraños, lo que está claro es que tenemos que estar preparados para lo que nos viene. Explorar comportamientos, deseos, necesidades y estar atentos a las pistas que nos permitan anticiparnos y tener una estrategia sólida de reacción.

Ante la complejidad y la relevancia de los nuevos retos, tener un **propósito** y planificar nuevas rutas estratégicas será clave. La reactivación de la organización de manera rápida y efectiva con el fin de garantizar la supervivencia y lograr la longevidad organizacional sin olvidarnos de las personas. Ahora más que nunca es hora de **humanizar** las organizaciones que junto con la **innovación** y la **cooperación** serán la fuerza que nos hará imparables como empresas, pero también como sociedad y ciudadanos.

¿QUIÉNES SOMOS?

MIND THE GAP es una consultoría de transformación organizacional. Estamos comprometidos con acelerar los procesos de transformación hacia organizaciones más humanas, innovadoras y sostenibles.

Fundada en septiembre de 2015, contamos con un equipo Senior que están divididos en nuestras sucursales ubicadas en España y EUA. Actualmente contamos con tres oficinas en las ciudades de Barcelona, Madrid y Miami.

Con 5 años de experiencia y 25 empleados, ayudamos a más de 70 organizaciones, 10 de ellas parte de IBEX35 de España, a acelerar su crecimiento y ser más competitivos en sus mercados.

¿POR QUÉ EXISTIMOS?

La concatenación de acontecimientos que cambian constantemente nuestro paradigma, como las nuevas tecnologías, los avances científicos y sociales y la aparición de "cisnes negros" como el apelado COVID-19, están causando una verdadera interrupción en la forma en que nos relacionamos entre nosotros y con nuestro entorno.

Las organizaciones se vuelven más líquidas, las reglas del juego cambian constantemente, los datos y la información son la nueva riqueza y el éxito depende en gran medida de nuestra capacidad de colaborar con otros en redes descentralizadas donde el talento prevalece sobre la jerarquía.

Ahora más que nunca, en esta Nueva Realidad nos invita a repensar nuestras creencias e innovar en nuestras formas de hacer. En este contexto, **MIND THE GAP** ayuda a las organizaciones a adaptar su negocio, acompañando la reactivación y reinención de las personas y la organización.

NUESTROS VALORES

Los principios básicos que guían a nuestro equipo y nos permiten destacar en nuestro trabajo:

- Ponemos al ser humano y a la sociedad en el centro de todo lo que hacemos
- Usamos la creatividad para responder a nuevos desafíos
- Creemos en el poder de las historias para mover a las personas y crear nuevas realidades
- Confiamos en la diversidad, la colectividad y la colaboración entre las personas



 [mind-the-gap-team](#)

 [MindTheGapTeam](#)

info@mindthegap.team