

REFRAMING ECONOMY

Los retos del tercer hito del
Siglo XXI



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración



Cámara del Pacífico

Comercio, Industria e Integración



Moderadora:

Diana María Olaya Albadan

Directora de Relaciones Internacionales

Dirección: : Cra. 13 No. 73 - 34 Ofc. 601

Email: dolaya@camaradelpacifico.org

Teléfono: (57) 300 663 4153

Recomendaciones:

- *Recuerden ubicarse en un lugar con buena señal de internet. Si tuvieran algún problema de conectividad por favor desconectarse y volver a ingresar de nuevo a la reunión.*
- *Al iniciar la sesión todos los participantes tendrán el micrófono y la cámara desactivados.*
- *Le recomendamos que prepare algunas preguntas o comentarios para los ponentes, nuestro equipo estará muy atento al chat para que todas sus dudas puedan ser resueltas.*
- *Asimismo, recordarles que al término de la reunión podrán ponerse en contacto con nosotros por si están interesados a conocer acerca de la Cámara de Comercio del Pacífico. Nosotros con gusto programaremos una reunión con ustedes.*
- *No se olviden de sonreír y habilitar sus cámaras al momento de la foto.*



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración



Dr. Jorge Bravo Robles,
*Director Ejecutivo de la Cámara de
Comercio del Pacífico.*



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

CÁMARA DE COMERCIO DEL PACÍFICO

- Somos una entidad gremial que tiene como objetivo fomentar los negocios, las inversiones y las relaciones entre los países de la Cuenca del Pacífico con presencia en Colombia, México, Panamá y Perú. Además, contamos con una oficina de representación en Chile. Desarrollamos diferentes actividades de promoción empresarial como misiones comerciales, eventos empresariales, citas de negocios y participación en ferias internacionales.



PROGRAMA DE AFILIADOS





PROGRAMA DE AFILIADOS

Apoyo y representación gremial, la Cámara de Comercio del Pacífico generará un voz a voz de las empresas afiliadas ante las entidades con las que tiene convenio, con el fin de llevar a cabo sus negocios con éxito.

Agenda de reuniones, con el fin de identificar oportunidades de negocio, mediante encuentros uno a uno con empresas colombianas, mexicanas, chilenas y panameñas, buscando siempre los contactos adecuados y de interés para nuestros empresarios.

Acceso a las presentaciones, nuestros afiliados podrán descargar las presentaciones hechas de todos los eventos que realicemos.



PROGRAMA DE AFILIADOS

Producción y organización de eventos, realizamos tus eventos con personal capacitado para planificar, organizar y producir eventos de diversos temas.

Misiones Empresariales, en los países de la cuenca del Pacífico. (Colombia, Chile, México, Perú y Panamá)

Newsletter, transmitimos Información privilegiada sobre eventos, capacitaciones, cursos de nuestros asociados u organización, mediante boletines semanales virtuales, a una lista con un alcance aproximado de 20.000 contactos. Esto con el fin de promocionar las diferentes actividades y proyectos para nuestros asociados.

Boletines, Acceso semanal al boletín digital de la Cámara del Pacífico sobre oportunidades comerciales en los países donde tenemos presencia.

Asesoría comercial, la Cámara del Pacífico es una fuente sólida de información, orientación, asesoría y apoyo para la constitución de su empresa o sucursal, presentando las mejores opciones en cuanto a costo y calidad de servicio de las empresas asociadas para temas legales, contables, financieros, recursos humanos, administrativos, entre otras áreas de interés.



PROGRAMA DE AFILIADOS

Dirección tributaria y comercial, por medio de este beneficio nuestros afiliados contarán con un domicilio donde recibir su correspondencia o documentación en Colombia.

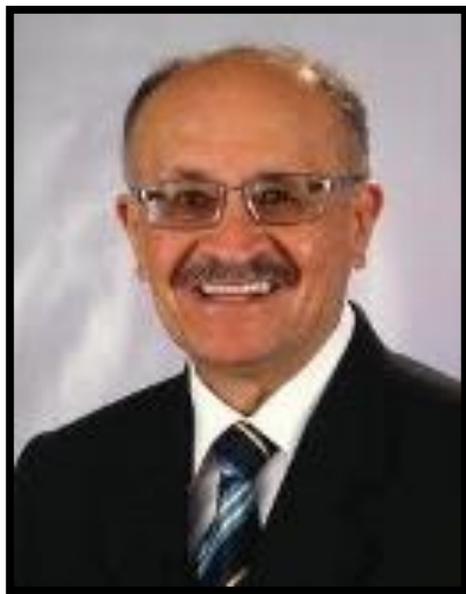
Información valiosa, brindamos información sobre indicadores económicos, estadísticas de importación y exportación, crecimiento en el sector de interés, oportunidades de negocio y orientación general para iniciar un óptimo proceso de comercio binacional o multinacional.

Descuentos en trámites, los servicios brindados por la Cámara del Pacífico como: trámites legales, constitución de empresa y registro de marca.

Ingreso a eventos, descuento o entrada preferencial a los eventos, congresos y seminarios organizados por la Cámara del Pacífico o de sus aliados.

Evento de networking, se realizarán de manera semestral entre todos nuestros afiliados.

NUESTRO EQUIPO



Dr. Alberto Zapater, *Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio del Pacífico.*



Jorge Bravo Robles, *Director Ejecutivo de la Cámara de Comercio del Pacífico*



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

NUESTRO EQUIPO



Carlos Enrique Olaya, *Director Comercial
de la Cámara de Comercio del Pacífico*



Diana Olaya, *Directora de Relaciones
Internacionales*



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

NUESTRO EQUIPO



Alejandra Peña Pérez, *Gestión de
Proyectos y Afiliaciones*



Andrea González Núñez, *Ejecutiva Relaciones
Internacionales*



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

NUESTRO EQUIPO



Jennyfer Mena, *Investigación y desarrollo*



Nohora Vargas, Marketing y Logística



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

NUESTRO EQUIPO



Sofía Vásquez Carrera,
Abogada



Jimena Molina Marin, Responsable Área de
Relaciones Internacionales y Comercial



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración



Dr. Alberto Zapater,
*Presidente Ejecutivo de la Cámara de
Comercio del Pacífico.*



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

PANELISTA



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración



+ WUNDERMAN
THOMPSON

Andrés Felipe Sánchez Cano
Director General de Planeación Estratégica

+ WUNDERMAN
THOMPSON

REFRA

MING

ECONOMY

LOS RETOS DEL TERCER HITO DEL SIGLO XXI



REFRAMING ECONOMY

AHORA QUE ENTRAMOS A
UNA NUEVA DÉCADA, LOS
RETOS GLOBALES HAN
ESCALADO A UN NIVEL
NUNCA ANTES VISTO.

REFRAMING ECONOMY

DÉCADAS

EN EL SIGLO XXICADA
DÉCADA HA COMENZADO
CON UN EVENTO QUE HA
CAMBIADO LA **DINÁMICA**
SOCIAL DE MANERAS
PROFUNDAS.

- 2001 EL MUNDO MULTIPOLAR
- EL 11 DE SEPTIEMBRE CAERON LAS TORRES, PERO TAMBIÉN EL
MODO DE GLOBALIZACIÓN

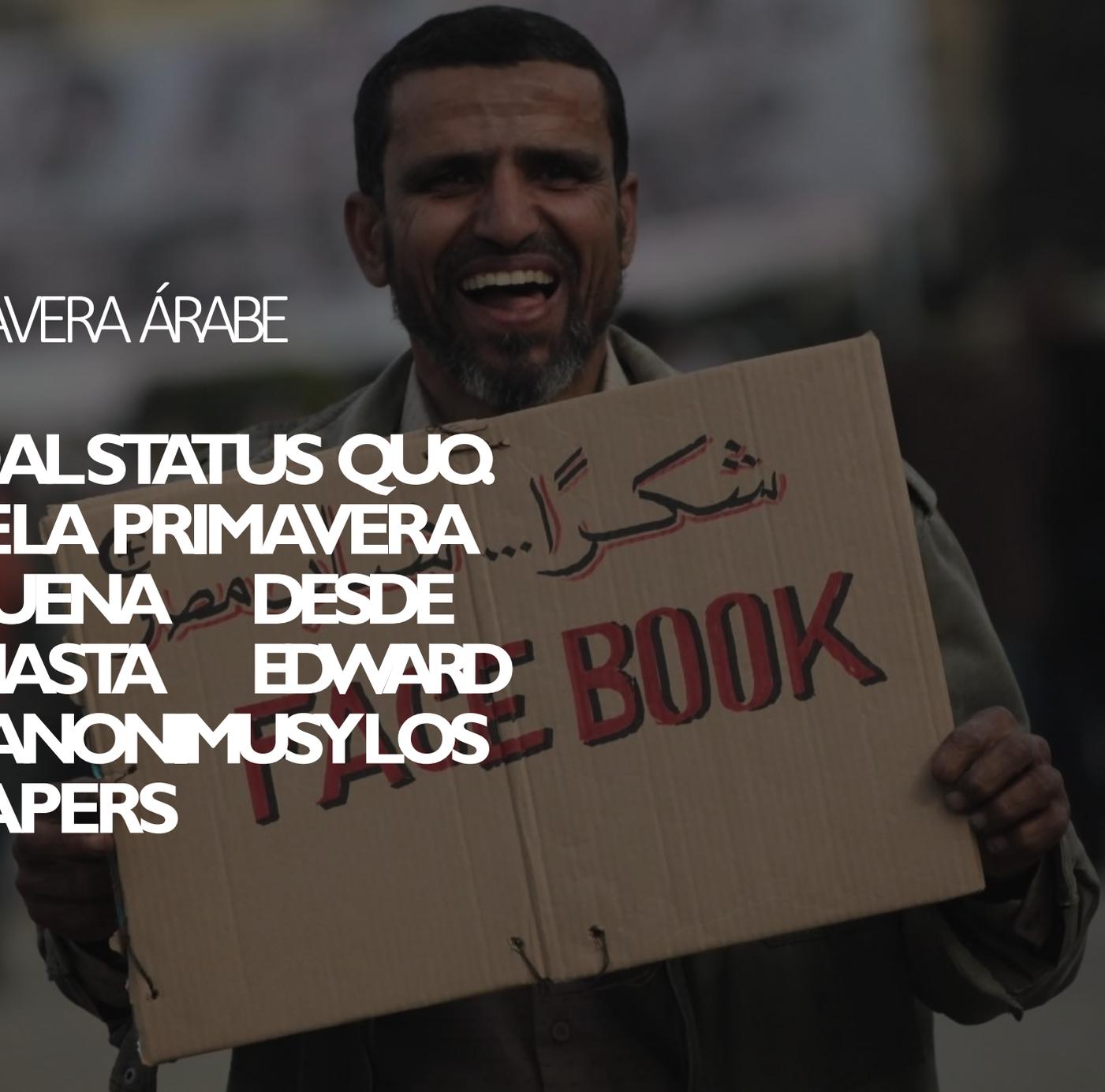
EXISTENTE. SURGE UNA NUEVA
FORMA DE VER EL MUNDO,
FRAGMENTADA, REALISTA Y
DIVERSA.

AMERICAN AIRLINES

American

2010 LA PRIMAVERA ÁRABE

EL DESAFÍO AL STATUS QUO
EL GRITO DE LA PRIMAVERA
ÁRABE RESUENA DESDE
EL CAIRO, HASTA EDWARD
SNOWDEN ANONIMUS Y LOS
PANAMA PAPERS





NIKE

Believe in something.
Even if it means sacrificing everything.

 Just do it.

REFRAMING ECONOMY

CADA UNO REPLANTEA:

COMO LA
SOCIEDAD

SE ENTIENDE,
DEFINEY

EXPLICA ASÍ
MISMA.

OBLIGANDO A LAS MARCAS
A ADAPTARSE ALGUNAS
VECES DE MANERA
DRÁSTICA AL ENTORNO
EN EL QUE LA
INCERTIDUMBRE Y EL
CAMBIO PUEDEN
ORIGINARSE EN FUERZAS
ALEJADAS DE SU CONTROL
O CAMPO DE VISIÓN.



2020 #QUÉDATEENCASA

REFRAMING ECONOMY

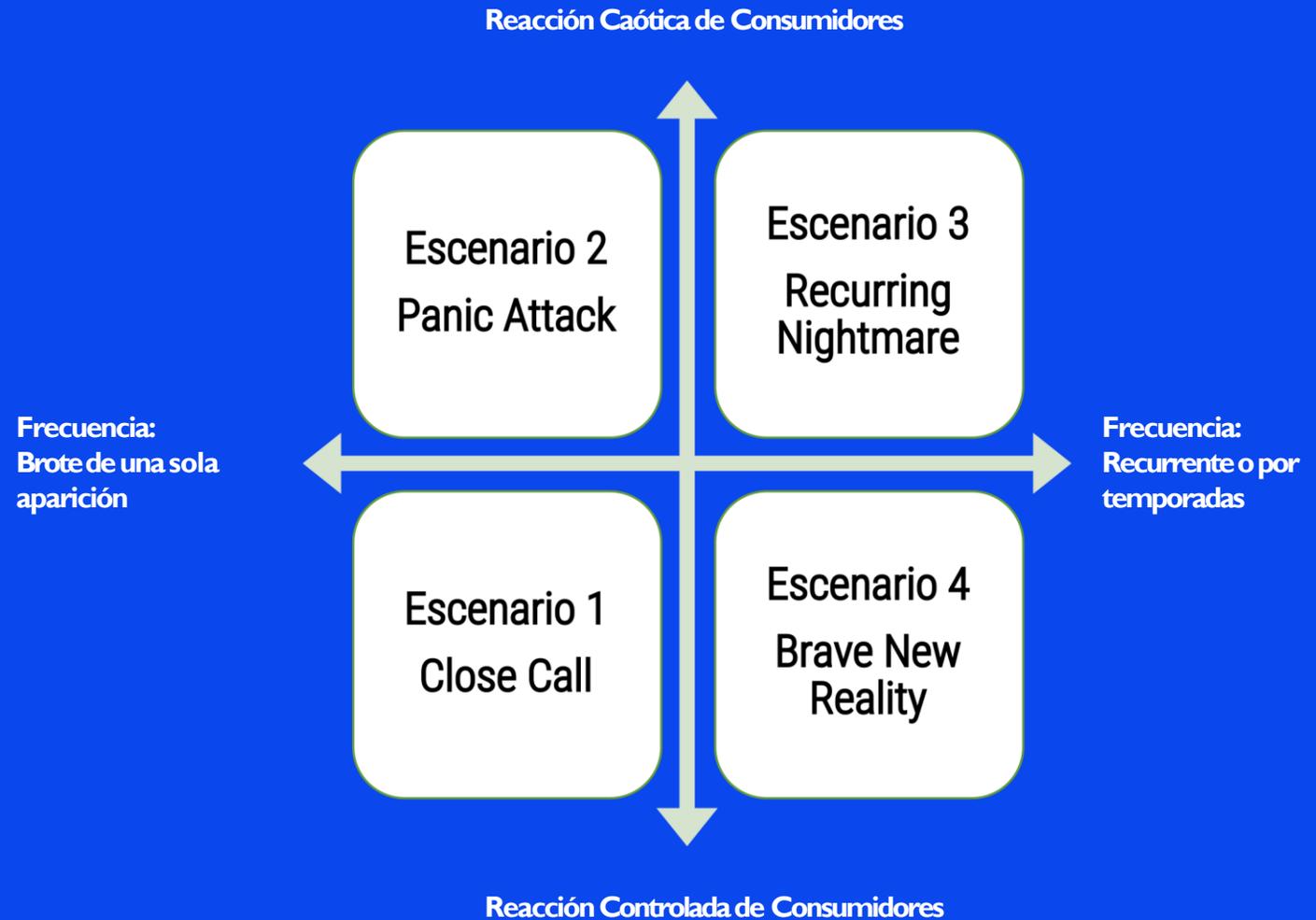
LA DÉCADA COMIENZA CON
UN VIRUS QUE PONE EN
JAQUE AL MUNDO ENTERO.
UNA CUARENTENA
PREVENTIVA ES
DECLARADA EN MÚLTIPLES
PAÍSES OBLIGANDO A GRAN
PARTE DE LA POBLACIÓN A
QUEDARSE EN CASA.

PASAR DE LA PLANEACIÓN
ESTRATÉGICA, A LA GESTIÓN
POR ESCENARIOS

REFRAMING ECONOMY

ESTOS SON ALGUNAS DE
LAS REALIDADES QUE
PODRÍAMOS ENFRENTAR

¿ESTAMOS PREPARADOS?

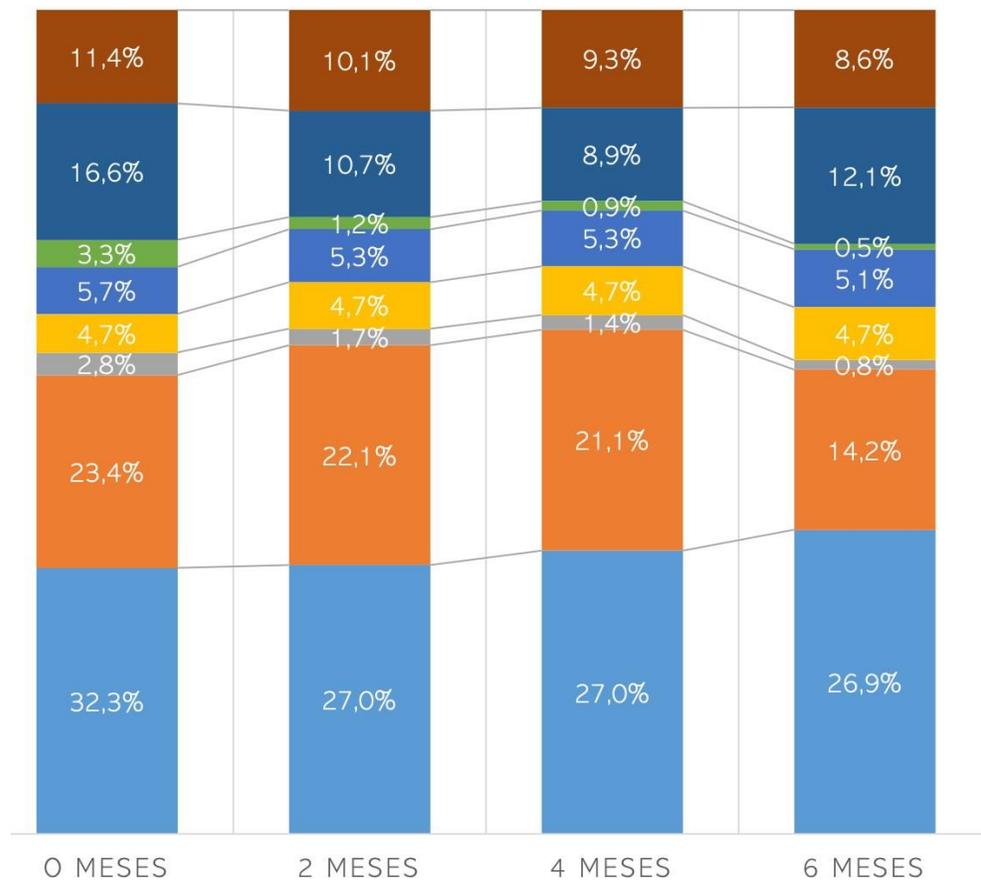


REFRAMING ECONOMY

LOS RETOS EN COLOMBIA (¿EN DÓNDE ESTAMOS AHORA?)

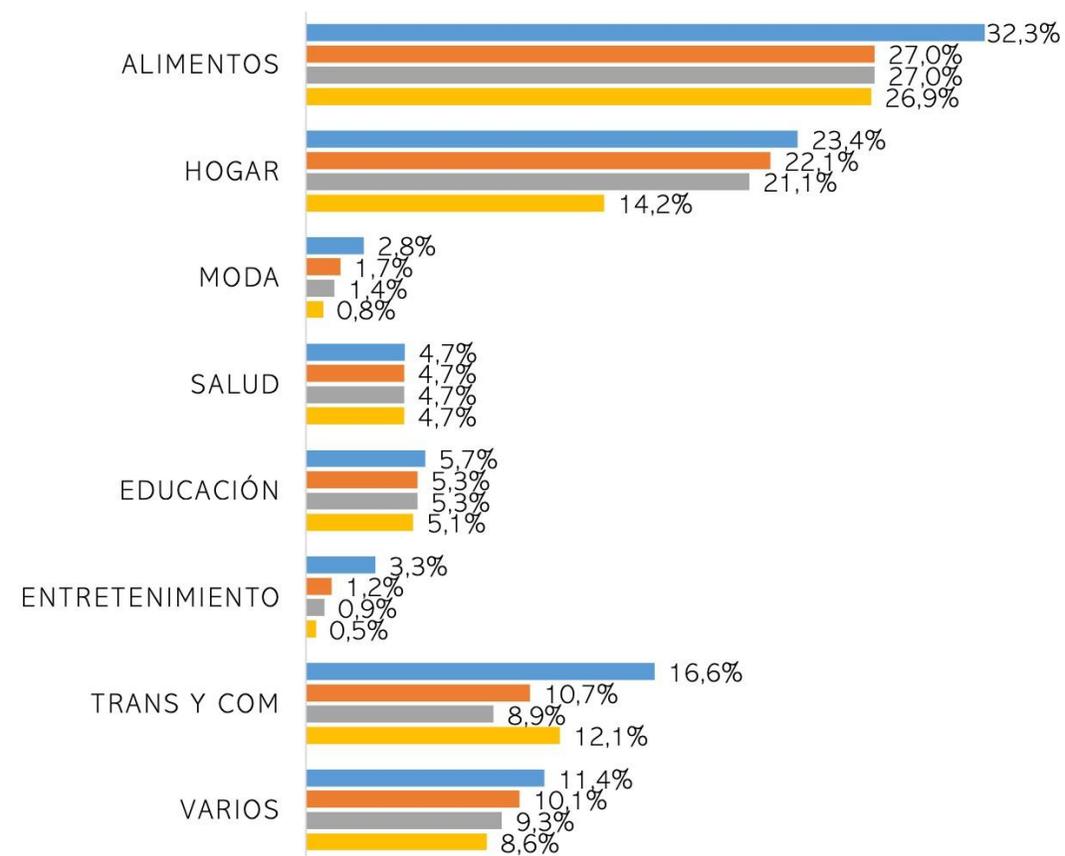
¿CUÁNTO DINERO GASTAMOS AL DIA?

ALIMENTOS HOGAR MODA SALUD EDUCACIÓN ENTRETENIMIENTO TRANS Y COM VARIOS



¿CUÁNTO DINERO GASTAMOS AL DIA?

0 MESES 2 MESES 4 MESES 6 MESES



GASTO HOGAR.

5% 2.1% -2.1% -8.6%

FUENTE: RADDAR

REFRAMING ECONOMY

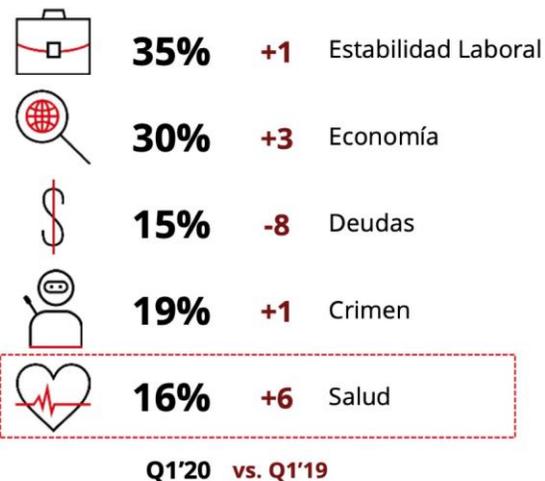
ES SIEMPRE ACERCA DEL FUTURO

NUEVAS
REALIDADES

ADEMÁS, MÁS ALLÁ DE
IMPACTO INICIAL, SE NOTA
QUE LAS PERSONAS ESTÁN
PREOCUPADAS A MEDIANO Y
LARGO PLAZO.

NORMALES COSAS DEL
AYER.

MAYORES PREOCUPACIONES



ACCIONES DE AHORRO



NUEVAS
REALIDADES

¿QUÉ ESPERAN LOS
CONSUMIDORES DE LOS
PRODUCTOS QUE ESTÁN
POR VENIR?

Consumer expectations from brands across categories



SOURCE: KANTAR: COVID-19 WHAT DO CONSUMERS EXPECT FROM BRANDS?

NOMÁS CON EL “NEW NORMAL”

LECCIONES DEL DÍA DESPUÉS

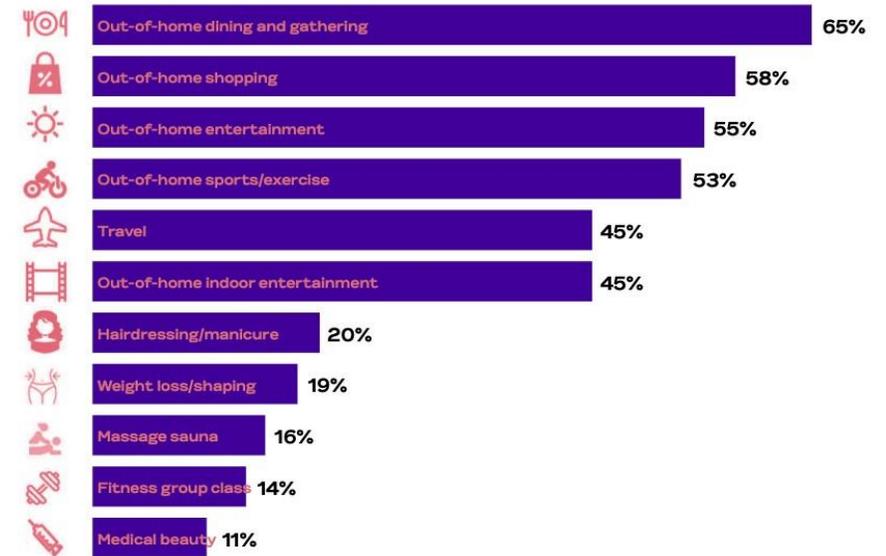
WUNDERMAN
THOMPSON



Lessons from China

What your business can learn from
China's COVID-19 experience

>



**NOMÁS CON EL
“NEW NORMAL”**

**LECCIONES DEL DÍA
DESPUÉS**

NEWS

Revenge spending? Hermes store in China hauls in S\$3.8m a day after reopening



A couple walk with Hermes shopping bags as they leave a Hermes store in Paris, France, March 21, 2013.
(Photo: REUTERS/Philippe Wojazer/File Photo)

REFRAMING ECONOMY

NO MÁS CON EL "NEW
NORMAL"

LECCIONES DEL DÍA
DESPUÉS

(París 001)



A woman with long brown hair is shown from the side, looking at her smartphone. She is wearing a white watch on her left wrist. The background is a blurred office environment with a desk and another smartphone. The text 'LA EMOCIÓN LA RAZÓN' is overlaid in the center, with 'LA RAZÓN' in yellow and 'LA EMOCIÓN' in white.

LA EMOCIÓN LA RAZÓN

**ESTA CRISIS NO LAVAN A RESOLVER LOS MÉDICOS
(SOLOS) LOS RETOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y
TECNOLOGICOS QUE TENEMOS EN FRENTE DEMANDA
EL DESARROLLO DE RESPUESTAS ECOSISTÉMICAS.**

**ESETA 'NUEVO NORMAL' NO EXISTE SEREMOS LOS
MISMO DE ANTES.
HABLEMOS DE CONVENCIONES.**

ECOSISTEMAS DEMARCAS, VALORES Y SIMBIOSIS DEMARCAS.

ENTERTAINMENT

'Blast from the past': Some drive-in movie theaters are making a comeback amid coronavirus

PUBLISHED SUN, MAR 29 2020-12:01 PM EDT | UPDATED SUN, MAR 29 2020-12:04 PM EDT

Deborah Rizzo
@DEBORHARRIZZO

SHARE f in

KEY POINTS

- Some drive-ins throughout the U.S. are benefiting from the coronavirus as Americans look for activities that meet social distancing requirements and movie theater chains, like AMC, are closed.
- But it is only between 5% and 10% of all drive-ins, as venues in New York, Pennsylvania, Ohio, Virginia and Maryland, which collectively makes up 89 of the 305 U.S. drive-ins, have been forced to shut down as nonessential businesses.
- But if the coronavirus shutdowns last until the summer, drive-ins could benefit more, especially if Hollywood blockbuster films are made available to them.

TRENDING NOW

- Sweden resisted a lockdown, and its capital Stockholm is expected to reach 'herd immunity' in weeks
- Trump 'totally disagrees' with Georgia Gov. Kemp's decision to reopen businesses amid coronavirus



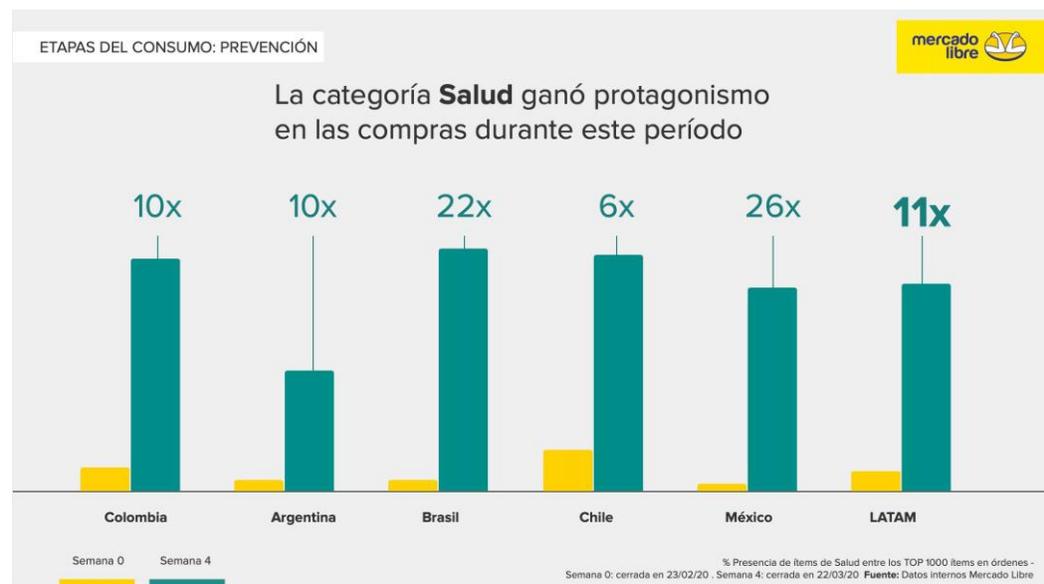
Drive-in movie theaters still an option for entertainment outside the home

1857 vistas · 20 mar. 2020 33 1 COMPARTIR GUARDAR

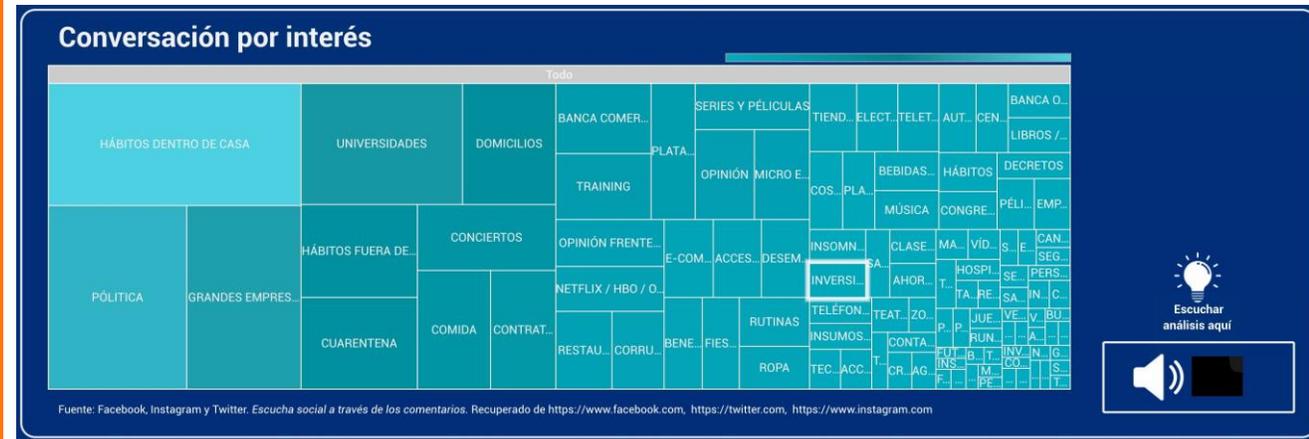
LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA CUARENTENA TENDRÁN UN IMPACTO PROFUNDO EN LOS VALORES QUE SEGUIRÁN. EL ESTADO DE ÁNIMO, DETERMINA LAS PRIORIDADES EN EL GASTO.



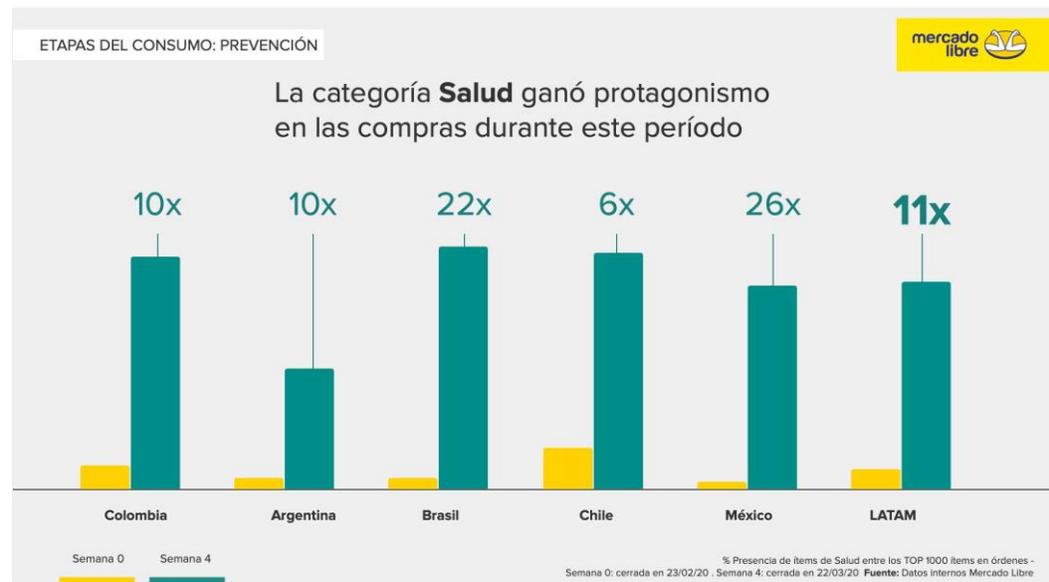
LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA CUARENTENA TENDRÁN UN IMPACTO PROFUNDO EN LOS VALORES QUE SEGUIRÁN. EL ESTADO DE ÁNIMO, DETERMINA LAS PRIORIDADES EN EL GASTO.



LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA CUARENTENA TENDRÁN UN IMPACTO PROFUNDO EN LOS VALORES QUE SEGUIRÁN. EL ESTADO DE ÁNIMO, DETERMINA LAS PRIORIDADES EN EL GASTO.



LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA CUARENTENA TENDRÁN UN IMPACTO PROFUNDO EN LOS VALORES QUE SEGUIRÁN. EL ESTADO DE ÁNIMO, DETERMINA LAS PRIORIDADES EN EL GASTO.



02. El desarrollo del e-commerce

Mayor tiempo en el hogar impulsó categorías relacionadas a este **nuevo estilo de vida**

% Crecimiento de órdenes



Fuente: Datos internos Mercado Libre. Período COVID-19 (24/02 al 03/05/2020) vs. Mismo Período en 2019

Y ¿CÓMO MEDIMOS EL VALOR?

New Ways of Measuring 'Value'

PRICES

SENSORY APPEAL

VARIETY

SAVES TIME

SAFETY

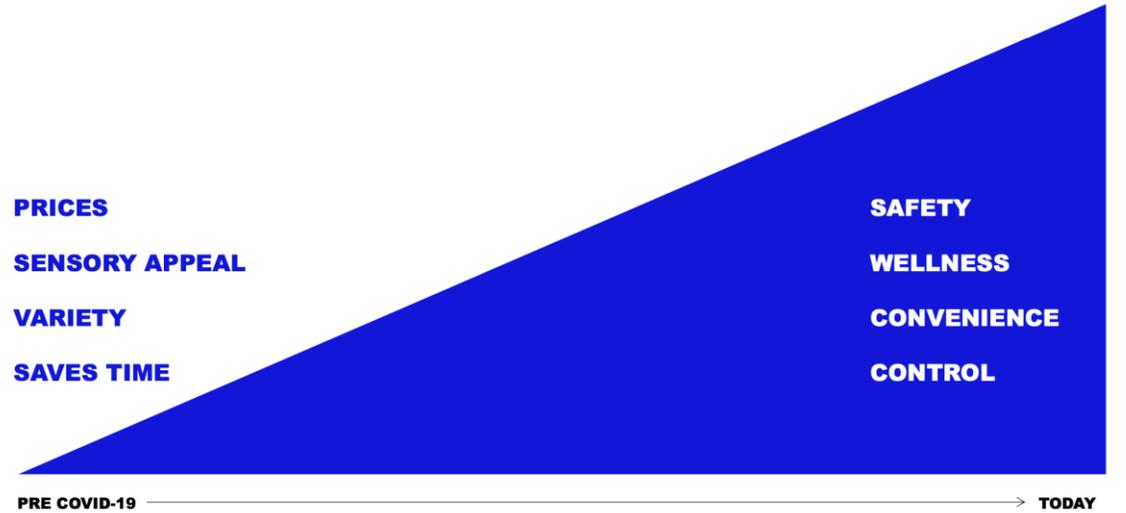
WELLNESS

CONVENIENCE

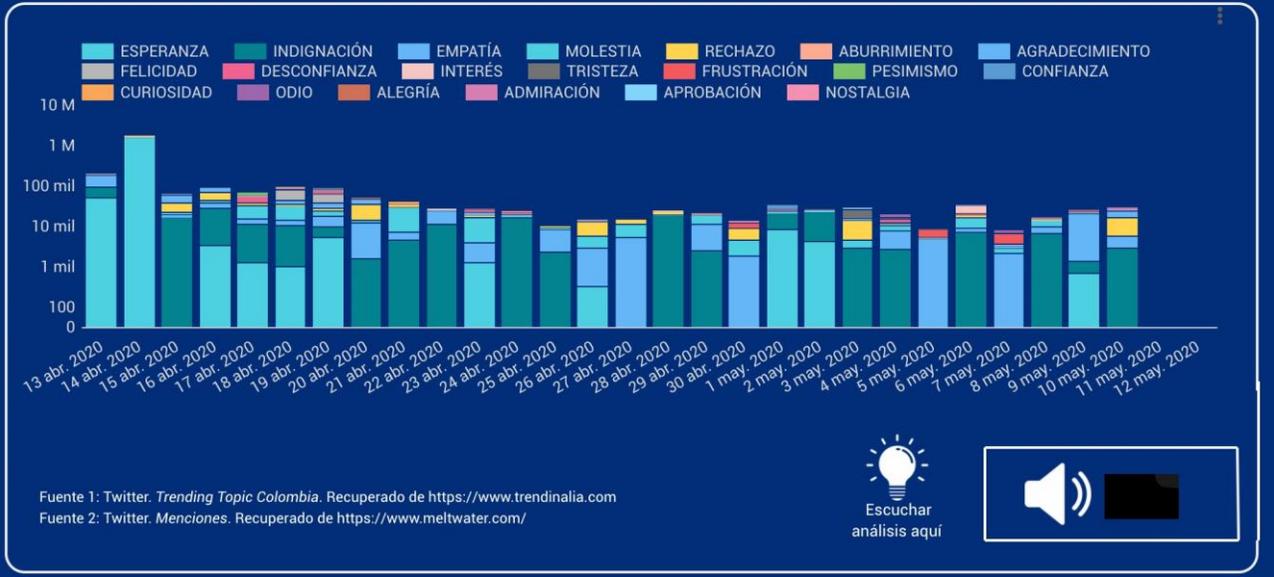
CONTROL

PRE COVID-19

TODAY



Línea de Tiempo VS Emociones





LOQUEVIENE

¿Y QUÉ VIENE EN EL MUNDO MÁS ALLÁ DE CORONAVIRUS?

UNA EXPERIENCIA DE COMPRA CONVERSACIONAL

MUESTRAS DE PRODUCTOS EN TIEMPO REAL Y CON OPCIONES DE INTERACCIÓN CADA VEZ MÁS GRANDES.

EL COMERCIO VISTO COMO UNA COMUNIDAD DE ENTRETENIMIENTO



Brands Bet Big on Livestream Commerce in China

¿Y QUÉ VIENE EN EL MUNDO MÁS ALLÁ DE CORONAVIRUS?

WELLNESS EL NUEVO SUPRAVALOR

AHORA LO QUE SERÁ “EL NUEVO NORMAL” SERÁN
MARCAS QUE TOMEN MEDIDAS PARA INCREMENTAR Y
MANTENER EL NIVEL DE SALUD DE SUS CLIENTES

The screenshot displays the Delos website's Coronavirus (COVID-19) Resource Center. The page features a dark blue header with the Delos logo and navigation links: SOLUTIONS, RESEARCH, PARTNERS, COMPANY, NEWSROOM, and CONTACT US. Below the header, a light blue banner reads "Coronavirus (COVID-19) Resource Center". The main content area shows a family of four (a woman and three children) sitting around a dining table, eating a meal. Overlaid on this image is a white house icon in a circle, the headline "A Healthy Home is a Right not a Privilege", and the sub-headline "Introducing the World's first Home Wellness Intelligence Platform". At the bottom right of the image is an orange button labeled "EXPLORE DARWIN". Navigation arrows are visible on the left and right sides of the image area.

¿Y QUÉ VIENE EN EL MUNDO MÁS ALLÁ DE CORONAVIRUS?

ACOMPañAMIENTO Y ASISTENTES VIRTUALES

EL MÁXIMO DE EXPERIENCIA, ALTOS NIVELES DE INTELIGENCIA, EL MÍNIMO CONTACTO POSIBLE.



Pasa el mouse encima de la imagen para aplicar zoom

¿Y QUÉ VIENE EN EL MUNDO
MÁS ALLÁ DE CORONAVIRUS?

COMUNIDADES BY SKILLS

EL DESARROLLO CONJUNTO DE HABILIDADES SERÁ EL
NUEVO PUNTO DE CONTACTO.

duolingo



Te ayudamos a seguir motivado

Esperamos que estés bien en estos momentos difíciles a causa del COVID-19. Muchos usuarios nos cuentan que están aprovechando el tiempo en casa para aprender idiomas con Duolingo. Esperamos que las nuevas actualizaciones te ayuden a seguir motivado.

¡No pierdas el ánimo! Gracias por aprender con nosotros.

[SIGUE APRENDIENDO](#)

**¿Y QUÉ VIENE EN EL MUNDO
MÁS ALLÁ DE CORONAVIRUS?**

SALIMOS AGOTADOS

**¿CÓMO PODEMOS ALIVIANAR A NUESTROS
SEGMENTOS EN LA EDAD DE LA ANSIEDAD?**



¿Y QUÉ VIENE EN EL MUNDO MÁS ALLÁ DE CORONAVIRUS?

ADULTEZASISTIDA

¿QUIÉN DICE QUE UNO TERMINA DE APRENDER?
VOLVER A LAS LABORES COTIDIANAS Y RE-
APRENDERLAS



KEY TAKEAWAYS

ES IMPORTANTE HACER EL CHECKLIST DURANTE TODA LA PANDEMIA

- **RE-EVALUA** los customer journeys, considera todos los grupos de interés y las necesidades desatendidas

- **ACTIVA** tu propósito de marca. Lo que hagas ahora, importa más que lo que digas. La innovación es importante.

- **OPTIMIZA** tus canales y puntos de contacto, para estar en línea con los nuevos comportamientos.

- **MONITOREA**

REVISA el propósito de la marca conoce el ¿por qué?, y el ¿qué?, de tu marca y negocio.

ECONOMY

LOS RETOS DEL TERCER HITO DEL SIGLO XXI

felipe.sanchez@wundermanthompson.com





RONDA DE PREGUNTAS



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración



AFILIATE

Carlos Olaya

Director Comercial

Correo: Carlos@camaradelpacifico.org

Celular: (+57) 300 6634569



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS CON MÉXICO

WEBINAR VÍA ZOOM
VIERNES 5 DE JUNIO
7:45 A.M. (COL, MEX, PER, PAN)

EVENTO SIN COSTO
CON INSCRIPCIÓN PREVÍA



<https://www.camaradelpacifico.org/cc-del-pacifico-oportunidades-de-inversion-y-negocios-con-mexico.html>



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

INTRA EMPRENDIMIENTO:

Estrategia para el cambio
organizacional



Tammy Quijandría
MBA. Consultora empresarial.
Directora QTalent Group

EVENTO SIN COSTO - CON INSCRIPCIÓN PREVIA



Nuestras redes



[camaradecomerciodelpacifico](https://www.facebook.com/camaradecomerciodelpacifico)



www.camaradelpacifico.org



[camaradelpacifico](https://www.youtube.com/camaradelpacifico)



[camaradelpacifico](https://www.instagram.com/camaradelpacifico)



[@camarapacifico](https://twitter.com/camarapacifico)



[Cámara del Pacífico](https://www.linkedin.com/company/Cámara%20del%20Pacífico)



**Cámara del
Pacífico**
Comercio, Industria e Integración

CONTACTO



Jimena Molina Marin

Responsable Área de Relaciones Internacionales y Comercial

Dirección: Av. Emilio Cavenecia 389 Ofc. 601. Lima Perú 15073

Email: peru@camaradelpacifico.com

Teléfonos: (511) 7368173 (51) 962906919



Diana María Olaya Albadan

Directora de Relaciones Internacionales

Dirección: Cra. 13 No. 73 - 34 Ofc. 601

Email: dolaya@camaradelpacifico.org

Teléfono: (57) 300 663 4153

MUCHAS GRACIAS

