



Observatorio del Futuro - Miradas y Herramientas en Tiempos de CoronaVirus. 06-06-2020

Un tiempo existencial para la educación superior.



Palabra autorizada en el mundo universitario, el actual Presidente de la Universidad de West Virginia (Ex Brown y otras casas de altos estudios de USA) fue contundente acerca de las falencias de las universidades de cara al futuro.

"Cuando me convertí en presidente de la universidad en 1981, había una encuesta pública que mostraba que el 95 por ciento de las personas en este país pensaban que la educación superior era importante. **Ahora ha caído por debajo del 50 por ciento**, a pesar de que la educación superior es el elemento más importante en nuestra cultura y nuestra economía en este momento.

Las universidades están formadas por dos elementos: talento y cultura. La mayoría de las universidades tienen gente muy talentosa, pero tienen una cultura equivocada. **Necesitamos**

dedicar mucho más tiempo al desarrollo de una cultura, que es una cultura de cambio, una cultura de alojamiento, una cultura de creatividad.

Estamos organizados de manera incorrecta. Si fuera rey por un día, primero, me desharía de los colegios y departamentos, crearía centros, institutos y grupos de trabajo, y me organizaría en torno a ideas. Segundo, cada institución persigue a otras instituciones, en lugar de tratar de ser ellas mismas. Por eso, creo que mil instituciones van a fracasar en los próximos años. Necesitamos pasar de ser una universidad vertical a una universidad horizontal.

La dinámica de una universidad debería ser la capacidad intelectual para cruzar barreras y crear nuevas ideas. Ahí es donde prosperarán las universidades. Las universidades de hoy son elefantes: son grandes, pesadas, poderosas.

No creo en el plan estratégico. Creo que es un falso positivo. Creo en la acción estratégica. Simplemente encuentre los puntos clave, encuentre las oportunidades y muévase rápidamente a ellas. La planificación estratégica es una forma de retrasar la toma de decisiones. Y no tenemos tiempo para retrasar".

Fuente: <https://www.chronicle.com/article/This-Is-an-Existential-Time/248907>

La economía de bajo contacto nos acompañara un buen tiempo.



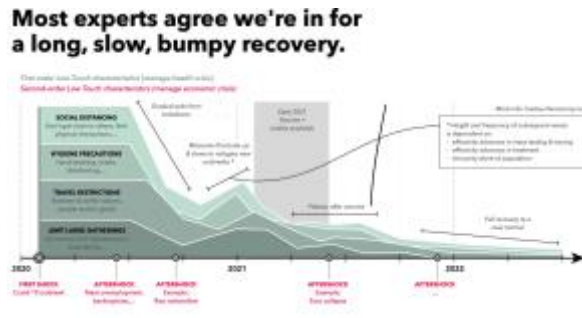
La mayoría de los expertos coinciden en que nos espera una recuperación larga, lenta e irregular.

Las empresas exitosas en esta era serán aquellas que adapten sus modelos de negocio para trabajar con las diferentes medidas de salud y otros desafíos que presenta Covid-19.

La reducción de las interacciones físicas entre empleados y consumidores es una de las más limitaciones notables en los negocios habituales, razón por la cual acuñamos el término 'Low Touch Economy'. Si bien esto se refiere principalmente al distanciamiento físico y las medidas de higiene relacionadas, el Low Touch Economy también incorpora restricciones tales como prohibiciones de viaje, limitaciones en grandes reuniones, el aislamiento de grupos vulnerables y

más. La era de la economía de bajo contacto traerá mucha inestabilidad. Las organizaciones necesitan adaptarse rápidamente para sobrevivir.

Fuente: <https://www.boardofinnovation.com/>



1 - Proyecciones de los principales vectores que configuran la crisis económica originada por la Pandemia:

- *Distanciamiento social*
- *Prevencion sanitaria.*
- *Restricciones de viajes.*
- *Limites a reunion de personas.*

6 different white-space triggers in the Low Touch Economy

Trigger	Relevance in the Low Touch Economy
1. Industry shifts Reimagined supply chains, new market entrants...	High
2. New regulation Legal hurdles that are removed for open-up new markets...	Medium
3. New consumer behavior When people act differently, they find new needs...	High
4. Societal changes Shift in demographics, new norms, and values...	High (Not Delayed)
5. New tech When it becomes easier to solve specific problems...	Low
6. Access to new resources Newfound assets, new assets, new partnerships...	Low

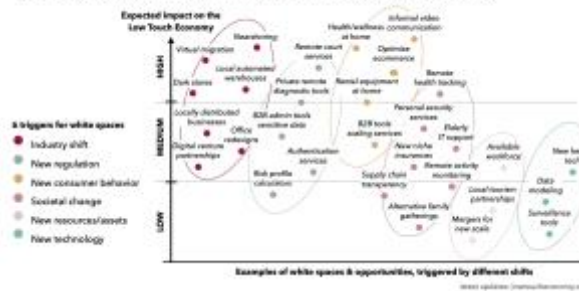
Expect a gold rush on new opportunities by:

- opportunistic companies with the right assets they're in the gold position
- companies that by the crisis they need to survive
- new ventures created to jumpstart a new market

2 - 6 disparadores de oportunidades de negocios en la economía de Bajo contacto:

- *Cambios en las industrias.*
- *Nuevas regulaciones*
- *Nuevos comportamientos del consumidor.*
 - *Cambios sociales.*
 - *Nuevas tecnologías.*
- *Acceso a nuevos recursos*

+30 opportunities in the Low Touch Economy



3 - 30 oportunidades de negocios con diferentes niveles de impacto en la Economía de bajo contacto agrupadas en los 6 disparadores que las generan.

Evitar el colapso social: unico objetivo de la politica economica actual - Branko Milanovic.



Milanovic es uno de los principales expertos en desigualdad del mundo. Durante el 2019 vino a disertar a Argentina invitado por la Fundacion Techint.

Si la crisis post Pandemia se alarga, la globalización podría desmoronarse. Mientras más dure la crisis, y los obstáculos para el libre flujo de personas, bienes y capital estén en su lugar, más se volverá normal el estado de cosas. Se formarán intereses especiales para sostenerlo, y el temor continuo de otra epidemia puede motivar los llamados a la autosuficiencia nacional.

En este sentido, **los intereses económicos y las preocupaciones legítimas de salud podrían encajar**. Incluso un requisito aparentemente pequeño, por ejemplo, que todos los que ingresan a un país deben presentar, además de un pasaporte y una visa, un certificado de salud, constituirían un obstáculo para el regreso a la antigua forma globalizada, dada la cantidad de millones de la gente normalmente viajaría.

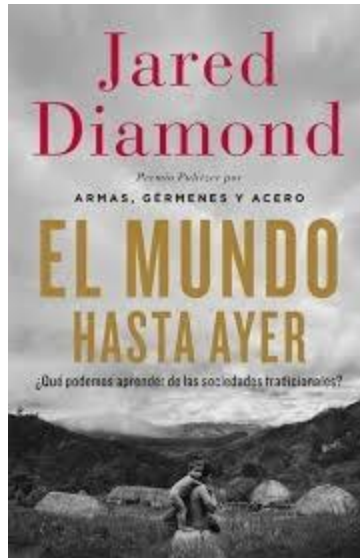
Cuanto menos necesites a otros, más seguro y mejor estarás. **Todo lo que solía ser una ventaja en una economía altamente especializada ahora se convierte en una desventaja, y al revés.**

Aun así, el costo humano de la enfermedad será el costo más importante y el que podría conducir a la desintegración social. **Aquellos que se quedan sin esperanza, desempleados y sin activos podrían fácilmente volverse contra aquellos que están mejor.** Ya, alrededor del 30 por ciento de los estadounidenses tienen riqueza cero o negativa. Si más personas salen de la crisis actual sin dinero, ni trabajo, ni acceso a la atención médica, y si estas personas se desesperan y enojan, escenas como el reciente escape de prisioneros en Italia o el saqueo que siguió al huracán Katrina en Nueva Orleans en 2005 podría convertirse en un lugar común. Si los gobiernos tienen que recurrir al uso de

fuerzas paramilitares o militares para sofocar, por ejemplo, disturbios o ataques a la propiedad, las sociedades podrían comenzar a desintegrarse.

Fuente: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2020-03-19/real-pandemic-danger-social-collapse?amp>

Sentido generalizado de identidad mundial: posible consecuencia de la Pandemia - Jared Diamond



El biólogo y geógrafo, uno de los expertos más consultados del momento, autor de varios libros entre ellos: "Colapso: porque unas sociedades perduran y otras desaparecen", expreso interesantes miradas para tiempos post Pandemia:

<https://sway.office.com/c6UzFYISMf0GGxjp?ref=Link>

"Por extraño que parezca, la resolución exitosa de la crisis pandémica puede motivarnos a lidiar con esos problemas más importantes que hasta ahora nos hemos resistido a enfrentar. **Si la pandemia finalmente nos prepara para hacer frente a esas amenazas existenciales, puede haber un lado positivo en la nube negra del virus.**

Entre las consecuencias del virus, podría ser el más grande, el más duradero y nuestra gran causa de esperanza. La amenaza nuclear puede o no materializarse, pero las otras tres amenazas ya lo han hecho, y están empeorando. Tienen el potencial de paralizar permanentemente nuestro nivel de vida, aunque nos dejarían a muchos de nosotros con vida. Esas amenazas son: cambio climático; uso insostenible de recursos esenciales (especialmente bosques, mariscos, tierra vegetal y agua dulce); y las consecuencias de las enormes diferencias en el nivel de vida entre los pueblos del mundo, desestabilizando nuestra existencia globalizada.

Hasta el peligro sin precedentes planteado por Covid-19, nunca ha habido una lucha que uniera a todos los pueblos del mundo contra un enemigo común ampliamente reconocido.

Por lo tanto, el mejor resultado de nuestra crisis actual sería crear, por fin, un sentido generalizado de identidad mundial: hacer que todos los pueblos reconozcan que ahora nos enfrentamos al

enemigo común de los problemas globales que solo pueden ser resueltos por un esfuerzo global unido"

Fuente: <https://www.ft.com/content/71ed9f88-9f5b-11ea-b65d-489c67b0d85d>

Elevar las experiencias de los clientes en la próxima normalidad - McKinsey



Para ganar en la próxima normalidad, las empresas deben identificar los comportamientos actuales que definirán la experiencia del cliente en el corto plazo. Luego deben asegurarse de que estas oportunidades estén alineadas con sus estrategias y capacidades comerciales. **Creemos que tres prioridades definirán la experiencia del cliente en la era posterior a la pandemia: excelencia digital, compromiso seguro y sin contacto e información dinámica del cliente.**

Casi todas las organizaciones, ya sean empresas tradicionales o nuevas empresas, están reorientando sus modelos de negocio para que sean más digitales. **Es muy probable que los consumidores prefieran usar muchas de estas ofertas digitales después de la crisis.**

Las compañías más exitosas hasta la fecha han sido expertas en comprender qué comportamientos y experiencias están tomando fuerza y haciendo inversiones específicas para abordarlos. Este enfoque es más fácil decirlo que hacerlo: las compañías deben monitorear simultáneamente las tendencias de los consumidores, adaptar sus modelos de negocios, planificar la continuidad del negocio y garantizar que sus empleados estén seguros y saludables, todo mientras manejan el caos y la ambigüedad de la crisis.

La próxima normalidad será cualquier cosa menos estática. Para responder rápidamente a un entorno en constante cambio, las empresas deberán tener una amplia base de empleados que sepan empatizar con el cliente, aplicar sus conocimientos y rediseñar la experiencia a través de la excelencia digital y el compromiso sin contacto. Más que nunca antes.

Fuente: <https://www.mckinsey.com/business-functions/operations/our-insights/elevating-customer-experience-excellence-in-the-next-normal?cid=other-eml-alt-mip->

A framework can help classify behavioral changes for the next normal.

XXX% growth = XXX% intent to continue = XXX% potential next normal usership

User growth since crisis		Intent to continue	
High (>100% growth)	Exciting . . . for now Stagnant solutions with potential for user erosion after COVID-19 crisis. Example: Professional videoconferencing $64\% \times 37\% = +24\%$	Fast accelerators Existing replacements for in-person experiences that will likely persist in the next normal. Example: Telemedicine for mental health $97\% \times 48\% = +44\%$	
	Return to old normal Mature or less relevant experiences that may not sustain COVID-19 growth. Example: Restaurant delivery $22\% \times 38\% = +8\%$	Potential to stick New experiences with momentum and the potential to be cemented in the next normal. Example: Wellness apps $28\% \times 68\% = +19\%$	
Low (<100% growth)		Low (<30% intent)	Medium to high (>50% intent)

4 - Para comprender los contornos de la proxima normalidad, McKinsey propone evaluar las tendencias de consumo en base a 2 criterios: crecimiento de usuarios y posibilidad de que los nuevos comportamientos continuen en el tiempo. En base a ello tenemos 4 cuadrantes:

- **Vuelta a la normalidad:** experiencias maduras o menos relevantes que pueden no sostener el crecimiento acelerado a raíz COVID-19. Ej: Delivery de restaurantes.
- **Emocionante . . . por ahora:** soluciones de alto rendimiento con el potencial de erosión del usuario después de la pandemia. Ej: Videoconferencias profesionales.
- **Potencial para mantenerse:** nuevas experiencias con el impulso y el potencial para ser consolidado en la próxima normalidad. Ej: apps para bienestar y salud.
- **Aceleradores rápidos:** reemplazos de alto rendimiento para experiencias tradicionales en persona que probablemente persistirán en la próxima normalidad. Ej: telemedicina para salud mental.