



# SINTEC

CONSULTING

## Reinventarse, la clave del éxito ¿Cómo regresar al mercado post COVID-19?

Consulta los materiales del webinar aquí

En la sesión que se realizó el 28 de mayo, Cecilia Vargas, Socia de Sintec Consulting, presentó: **Reinventar la estrategia de canales para la industria de consumo**, una serie de hallazgos sobre el cambio que la pandemia de COVID-19 ha provocado en las diferentes vías de distribución de productos, así como la forma de abordar un contexto altamente complejo, en donde además resaltó cómo estas modificaciones se han extendido a los **patrones de consumo**, lo que se traducirá en una reconfiguración del mercado.

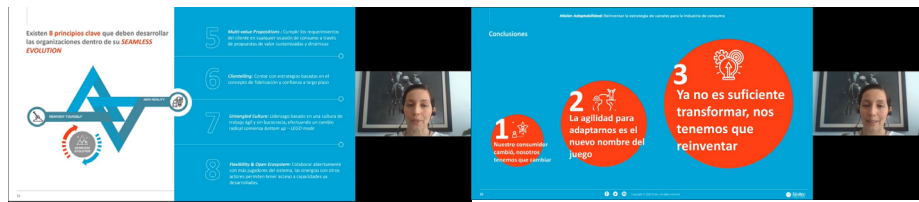
En el evento que forma parte de **Misión: Adaptabilidad**, una serie de perspectivas que las compañías deben tener en cuenta para lograr hacer frente a los desafíos internos y externos que experimentan en un contexto tan volátil, Cecilia afirmó que “las empresas tienen que reinventar su estrategia de canales y la velocidad de adaptación es crítica, la crisis COVID-19 trajo un cambio acelerado en nuevos requerimientos de los consumidores y la mayoría de los cambios formará parte de los nuevos perfiles de consumo”.

Durante la sesión, Cecilia explicó cómo el nuevo comportamiento del consumidor cambiará la dinámica tradicional de los canales y obligará a las organizaciones a desarrollar iniciativas para esta reconfiguración, pues, aunque eran cambios que se esperaba que sucedieran en un futuro cercano, la velocidad a la que las empresas han tenido que adaptarse a un ritmo sin precedentes.

Al respecto, precisó que, durante el periodo de emergencia, el EBITDA de los principales retailers de México en el 1T20 vs el año anterior (La Comer, Chedraui y Walmart) se ha incrementado a más del 15% y que un incremento similar han experimentado las ventas en el canal mayorista con respecto al mismo periodo frente al año anterior.



“Los nuevos hábitos de consumo hacen un llamado a las organizaciones a dar un giro y adaptar sus operaciones para continuar relevantes hoy y en el futuro”.



De acuerdo con Cecilia, la nueva estrategia de canales debe contemplar el fortalecimiento de las capacidades actuales de las empresas, de mayor importancia para los canales y reinventarse según los requerimientos de la nueva realidad del mercado y del comportamiento de los consumidores.

Para lograrlo, compartió un enfoque de 8 principios clave que deben desarrollar las organizaciones dentro de su SEAMLESS EVOLUTION, a fin de contar con un plan estratégico, ajustar elementos críticos y modificar elementos fundamentales del negocio.

“El punto de partida para cualquier organización es reinterpretar a sus clientes y sus necesidades”, aseguró, sobre todo en un contexto en donde ya no es suficiente transformar algún aspecto particular del negocio, sino reinventarse.

A través de foros como este webinar, el equipo de Sintec Consulting reitera su compromiso por compartir y apoyar a otras empresas a crecer y hacer frente a los obstáculos que estamos enfrentando juntos. Invitamos a nuestro público a estar al pendiente de los próximos webinars que estaremos impartiendo con la finalidad de superar los efectos de esta pandemia.

¿Tienes preguntas? [Contáctanos.](#)

**LIVE WEBINAR**  
**Pandemia sin amnesia:  
¿Y la organización,  
y la gente?**

Impartido por:  
**Horacio Gómez**  
Socio Monterrey  
**Lisett Bastidas**  
Dir. Transformación  
Organizacional

**4**  
de junio 2020

**10:00 hrs**  
(UTC -5)

**CUPO LIMITADO**

Más información  
y registro, clic aquí

www.sintec.com @Sintec\_ @Sintec

El nuevo comportamiento del consumidor cambia la dinámica tradicional de los canales y obliga a las organizaciones a desarrollar iniciativas para esta reconfiguración

**Implicaciones y respuestas de la industria**

- Flexibilidad en ajustes de portafolio
- Unificar y homogeneizar CX a través de diferentes plataformas
- Alianzas con partners de entrega
- Plan de colaboración 2.0 entre retail y CPQ

**Qué está sucediendo en el mercado**

- Alanzas digitales**: Facilitar alanzas con apps mercado a domicilio
- Plataformas digitales y CX online**: Nuevo método de compra no física y recolección
- Alanzas para delivery**: Last mile Delivery para supermercados que no lo tengan

Existen 8 principios clave que deben desarrollar las organizaciones dentro de su SEAMLESS EVOLUTION

- 1 Targeting Customer**: Segmentar atómicamente a clientes / consumidor para generar la propuesta de valor más efectiva
- 2 Operations Transparency**: Gestión operativa basada en información y transparencia, con simulaciones del negocio en tiempo real
- 3 Simplicity**: Eliminar complejidad de la cadena de valor, enfocándose en atributos que agregan valor y son relevantes para el cliente
- 4 Digital Mindset**: Transformación digital acelerada basada en metodologías ágiles y de impacto en el negocio