



IDEÓPOLIS – TRANSFORMA TU CIUDAD – 2020 CAPÍTULO NEIVA

TEMÁTICAS

- **SOSTENIBILIDAD PRODUCTIVA DE LA CIUDAD.**

Contexto:

La pandemia por el COVID 19 trajo cambios drásticos en el mundo y la sociedad. Cambiaron las prioridades, surgieron nuevas tendencias o hábitos en los consumidores en todos los ámbitos, y por eso se presenta una oportunidad para rediseñar los modelos de negocio convencionales. Lamentablemente la crisis sanitaria continúa y con ella se acentúa la crisis económica y social, de ahí que se deba seguir aperturando de manera gradual, pero cumpliendo todas las medidas de protección, porque debemos continuar en la nueva normalidad.

Insights:

Nuevas formas de relacionarnos, de hacer negocios, de estudiar, de trabajar, de comprar, de consumir productos, de hacer deporte, de disfrutar el entretenimiento, de aprovechar el tiempo libre, nos ha dejado la pandemia y el confinamiento. Hoy podemos decir que los consumidores son más autosuficientes y autogestionadores; son más reflexivos y conscientes; quieren que sus experiencias sean más sencillas, duraderas y relajantes; quieren volver a disfrutar lo básico, las pequeñas cosas, lo natural. En ese sentido, se habla que las marcas deben tener un propósito superior, ser más eficientes, flexibles y generar contenidos prácticos, de interés y personalizados, para conectar con sus clientes y generar confianza.

Retos:

- Definir estrategias de sostenibilidad del tejido empresarial (comercio), de la ciudad y por ende de los empleos.
- Plantear estrategias de modernización del tejido empresarial de Neiva

- Generar nuevas opciones que puedan desarrollar los neivanos con pocos ingresos económicos, para que generen recursos económicos propios y le aporten a la ciudad.

Target:

Jóvenes de colegios, grados 8, 9, 10 y 11; universitarios, emprendedores y empresarios y en general ciudadanos, mayores de edad.

Producto:

Un video máximo de 5 minutos en el que se presente claramente:

- Una idea que atienda los retos planteados
- Una posible implementación de la idea
- Descripción de la viabilidad e impacto de la idea

- **COMERCIO URBANO DIGITAL**

Contexto:

La crisis derivada del COVID 19, está provocando una proliferación de las plataformas de venta directa, a través de las cuales las marcas y fabricantes tratan de relacionarse y/o vender directamente a sus clientes, por medio de Internet y sin la necesidad de depender de terceras partes.

Esto, en realidad no es algo nuevo, pero el confinamiento ha hecho afianzar esta tendencia, y lejos de parecer una situación coyuntural, podría pensarse en algo estructural que cambiará definitivamente las reglas de juego y plantear nuevos retos y oportunidades para el sector empresarial en esta economía digital.

Sin embargo, la rápida reacción de las marcas y fabricantes no ha llegado con la misma velocidad y convicción en el colectivo de los *minoristas*, segmento que se le ha dificultado su adaptación a las nuevas lógicas de consumo provocadas por el virus, pero que les ha obligado ahora a iniciar una carrera contrarreloj para no perder el cliente en un ecosistema empresarial cada vez dinámico y competido.

El cliente por su parte, también ha entrado obligadamente a la economía digital; está en un proceso de adaptación para adquirir mayores capacidades digitales. No obstante, la venta directa cobra un destacado valor, así que hay que innovar para fidelizar el cliente.

Según la radiografía de la ciudad, el tejido empresarial del Huila está conformado en un 97,3% por microempresas y los sectores más representativos son comercio y servicios. La tasa de desempleo en Neiva a mayo 2020, se sitúa en 32,8%, y a nivel país en 21,4%. Neiva, hoy es una de las ciudades con más desocupados.

Insights:

El conocimiento del cliente juega hoy un papel fundamental; actualmente dispone de más opciones, pero él deposita sus (datos) y su confianza dónde le agreguen valor. Esto lleva a repensar a las empresas en el relacionamiento, la comunicación y la estrategia con sus clientes; puede parecer algo accesorio, pero es decisivo para mantener a flote muchos negocios que están buscando con desesperación fórmulas ágiles para mantener activos flujos de ingresos en el corto plazo. Otros retos que deben tener en cuenta son la accesibilidad y usabilidad de las plataformas que se están ofertando; la logística; los pagos y la posventa.

Retos:

- Referir estrategias para incrementar el número de negocios que comercialicen de manera directa, fácil y rápida con el cliente.
- Proponer mecanismos de comercialización para negocios convencionales.

Target:

Jóvenes de colegios, grados 8,9, 10 y 11; universitarios, emprendedores y empresarios y en general ciudadanos, mayores de edad.

Producto:

Un video máximo de 5 minutos en el que se presente claramente:

- Una idea que atienda los retos planteados
- Una posible implementación de la idea
- Descripción de la viabilidad e impacto de la idea

- **CULTURA Y CONVIVENCIA CIUDADANA EN TIEMPOS DE NUEVA NORMALIDAD.**

Contexto:

La pandemia y el confinamiento por el COVID 19, ha suscitado todo tipo de comportamientos en nuestra sociedad. Hemos visto manifestaciones de solidaridad con quienes nos cuidan, salvan vidas y abastecen, con nuestros adultos mayores y niños; conciencia colectiva por el autocuidado en la salud y el medio ambiente en pro del bien común; y reducción del consumo. Pero también hemos sido testigos de episodios de egoísmo; conflictos por bienes escasos; compras compulsivas de ciertos productos; estrés-intolerancia familiar; uso desenfrenado de redes sociales; consumo desproporcionado de información (verdadera y falsa); e indisciplina social. Sin duda el Covid 19 develó muchas contradicciones y ahondó en muchas desigualdades.

Las formas de comunicarnos y relacionarnos ahora son diferentes. Si bien es cierto, nos sumergimos forzosamente en un entorno digital, también curiosamente nos llevó a valorar lo simple y esencial de la vida: una conversación, un abrazo, un beso, un compartir con los que más se quiere (la familia), y el hogar se convirtió en el espacio de encuentro y en el laboratorio para vivir nuevas experiencias. Esto es clave, y hay que saberlo aprovechar.

Pero en las circunstancias en las que nos encontramos (confinamiento), la calle se ha vuelto sinónimo de libertad, y el ciudadano quiere sentirse parte de una comunidad. Sigue preocupado por la economía, el empleo, la salud y la seguridad, pero quiere reinventarse e innovar para sobrellevar esta situación que no tendrá un final a corto ni mediano plazo; mientras tanto, tenemos que aprender a convivir con el virus.

Insights:

La vacuna contra el Covid 19, todavía no se tiene en el mundo. Por eso, debemos prepararnos para enfrentarnos y convivir con el virus. Es decir, que las normas de distanciamiento social, las medidas de bioseguridad y una mayor conciencia ciudadana, responsabilidad social y ambiental, así como disciplina, debemos tener todos los ciudadanos para comenzar a estabilizar la sociedad, la economía y el diario vivir.

Retos:

- Proponer acciones de cultura ciudadana que nos permitan aprender a vivir, convivir y trabajar en esta nueva normalidad, teniendo en cuenta las medidas establecidas.
- Generar nuevas alternativas de aprovechamiento y disfrute del tiempo y los espacios de ciudad, para motivar el encuentro y el bienestar social.

Target:

Jóvenes de colegios, grados 8,9, 10 y 11; universitarios, emprendedores y empresarios y en general ciudadanos, mayores de edad.

Producto:

Un video máximo de 5 minutos en el que se presente claramente:

- Una idea que atienda el reto planteado
- Una posible implementación de la idea
- Descripción de la viabilidad e impacto de la idea

- **TEMA LIBRE**

Contexto:

La ciudad de Bogotá se caracteriza por brindar múltiples oportunidades en educación, salud, recreación, cultura, trabajo, innovación, entre otras, a las personas que la habitan. Sin embargo, padece simultáneamente de grandes retos que hacen de la urbe un asentamiento humano que es necesario transformar y proyectar.

Insights:

Identificar temas estratégicos para mejorar la calidad de vida de los pobladores de la ciudad. En particular, donde sea importante la activa participación ciudadana en la transformación y prospección de la ciudad.

El reto:

Proponer innovaciones sociales que permitan que la ciudad se transforme y proyecte desde principios como: la sustentabilidad y la gobernanza ciudadana.

Target:

Ciudadanos interesados en aportar a la transformación y mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores de la ciudad.

Producto:

Un video de máximo 5 minutos en el que se presente claramente:

- Una idea que atienda el reto planteado
- Una posible implementación de la idea
- Descripción de la viabilidad e impacto de la idea