

CORONA.

corona.cl



LinkedIn /msalamanca



Profesora Diplomado Fashion Business Finis Terrae
Profesora Diplomado Vitrinismo Universidad Católica
Miembro Asesor carreras Moda y Gestión UDD



Tere Salamanca



¿Fin del mundo?



FINALMENTE **ÉSTE**
FUE EL FIN DEL MUNDO
(COVID-19)



¡CRISIS!

TRANSFORMACIÓN





TRANSFORMAR

verbo transitivo

1. Hacer que algo o alguien cambie de forma o aspecto.
2. Hacer que algo cambie o **sea distinto, pero sin alterar totalmente todas sus características esenciales.**



Puede que el futuro se base en
"Ser bueno o quebrar"

Alibaba mantiene un sentido de humildad.
La empresa tiene una gran influencia en la
economía y en los negocios de China...

Pero eso es tanto un
**privilegio como una
responsabilidad.**

Brian Wong
Vicepresidente iniciativas Globales AliExpress
Octubre 2018

A profile photograph of Laurence Fink, a middle-aged man with glasses, wearing a blue suit, white shirt, and blue tie. He is looking towards the right of the frame against a dark background.

**Estamos al borde de un cambio
estructural financiero.**

Cuánto retribuyes al mundo está relacionado
en cómo te valorarán tus grupos de interés.

Laurence Fink
Consejero Delegado Blackrock
Diciembre 2019



OPORTUNO(A)

Adjetivo

1. Que sucede o se realiza en unas circunstancias o un momento buenos para producir el efecto deseado.
2. [circunstancia, momento, ocasión] Que es bueno o favorable para un fin determinado.

PREPARANDO LA CURVA
PARA LOS QUE VIENEN DESPUÉS...

GENERACIÓN ALPHA

2010-2025



**100%
TELETRABAJO**

**MIND-
FULNESS**

**COMERCIO
JUSTO**

**MULTI-
EMPLEO**

**SLOW
FASHION**

**INCLUSIÓN Y
DIVERSIDAD**

PROPÓSITO

EQUIDAD

SLOWFOOD

VEGANISMO

**POST
CONSUMO**

**SLOW
FASHION**



100%
TELETRABAJO

MIND-
FULNESS

COMERCIO
JUSTO

COEFICIENTE INTELECTUAL



COEFICIENTE EMOCIONAL

MULTI-
EMPLEO

INCLUSIÓN Y
DIVERSIDAD

SLOW
FASHION

PROPÓSITO

SLOWFOOD

VEGANISMO

POST
CONSUMO

EQUIDAD

SLOW
FASHION



Junto a quienes los acompañan...



MILLENNIALS

Este proceso de transformación ya viene desde sus padres. Los Millennials que comparten estos ideales y esta transformación...

¿Cómo nos reinventamos?

**MARKETING NO ES
UN DEPARTAMENTO**



TOMAR RIESGOS





Propósito

**LA ERA DE LA
EMPATÍA**
2018-2025



Un nuevo concepto de belleza



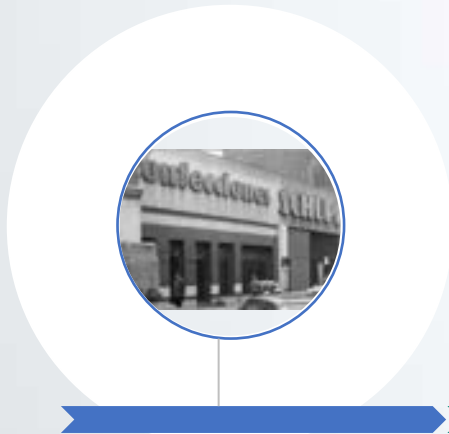






A medida que la gente pierde la fe en los gobiernos, las empresas dan un paso al frente y se hacen cargo de **solucionar los problemas sociales**

PRINCIPALES HITOS HISTORIA CORONA



1952

Fundada como "Confecciones Schupper".



10
Tiendas

Corona lo soluciona
Formato Multitienda
Ubicaciones estratégicas
Mejor Precio-Calidad

1955-2000



2000-2018

Crecimiento a lo largo de Chile
Se crea el negocio financiero
Aperturas de 2 tiendas por año promedio



Aceleradores del Cambio

- Sobre stock retail
- Estallido social
- Pandemia
- Cuarentenas

2019-2021

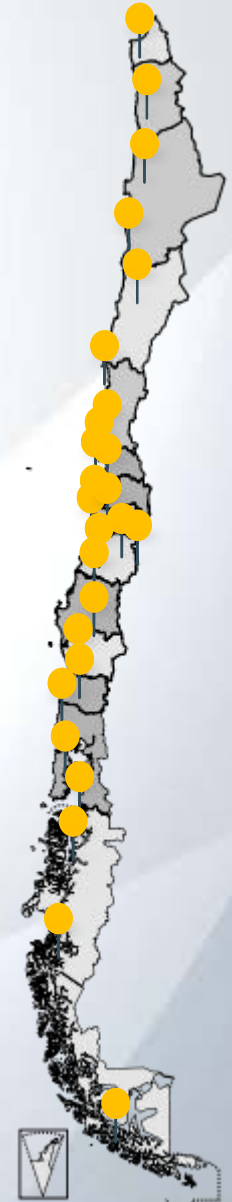


CORONA.

2022-2023

Nueva Estrategia

- Redefinición:
 - Visión
 - Misión
 - Valores
- Cambio Imagen



**Conocer y re-conocer a
nuestros clientes**



- Permite personalizar la experiencia de compra.

- Mejora la toma de decisiones inmediatas dentro de la organización centrada en tu cliente.

- Segmentación de mercado más apropiada.

- Fidelización de Clientes desde el propósito.

- Adaptación al cambio.

TENDENCIAS DE LAS GENERACIONES QUE REPRESENTA TU CLIENTE

GENERACIÓN	X 1965-1980	MILLENIALS 1981-1990	Z 1990-2010
TENDENCIAS	Vestuario práctico y funcional	Vestuario cómodo y versátil	Vestuario Informal y cómodo, como ropa deportiva y streetwear
	Prendas duraderas y de calidad	Preferencias de marcas que reflejan valores personales como sostenibilidad y responsabilidad social	Enfoque en sostenibilidad y ética en la moda, marcas sean social y medioambientalmente responsables
	Moda de alta gama con piezas mas accesibles y de marcas reconocidas	Interes en la moda digital, compras en linea y App de moda	Alta influencia por RRSS e influencers de moda
	Interés por moda atemporal y clásica	Gusto por la moda retro, nostalgia por las decadas anteriores	Mayor disposicion a experimentar combinaciones unicas y no convencionales
	Preferencias por diseños y colores discretos y neutros	Con enfoque en la individualidad y expresion personal por medio de la moda	Interes en la moda de segunda mano y Vintage
	Uso de la moda para reflejar individualidad y aspecto profesional		

PRINCIPIOS

1 Respeto a los DDHH

2 No Discriminación

3 Inclusión e Igualdad de Oportunidades

2 Desarrollo de una Cultura Inclusiva

GRUPOS DE INTERÉS

Personas en situación de discapacidad



Diversidad Sexual e Identidad de Género



Generaciones (Extremos)



Naciones Originarias (Pueblos Indígenas)



Migrantes



Equidad Género



CORONA INCLUSIVO

CORONA



CORONA.

Nuestra Línea de Tiempo



**EL CAMINO NO
ES LINEAL**

2017 | **2018** | **2019**

Dic 2017
Renovación Modelos
1era modelo trans retail



Mayo 2018
1era marca con
discurso diverso



Sept 2018
Lengua de señas
en todos nuestros
contenidos.



Junio 2018
1era colección pride



Marzo 2019
1era colección
sostenible
Algodón orgánico



Junio 2019
1era política
de inclusión y
diversidad



Jul 2019
1era colección
Pet friendly

Sept 2019
Nace elige circular
Campaña recicla
Tu jeans



Dic 2019
Corona partner
De todo mejora y
Fundación renaciendo



2020

2021

Junio 2020
Corona elegida
Como la marca
Más innovadora
Chile 3d -3er lugar



Enero 2021
Definición de
Pilares Estratégicos



Feb 2021
Reciclaje ropa +
limpieza playas
IV-X región



Marzo 2021
Campaña lava
menos tus jeans



Mayo 2021
Creación de
dpto D&I



Junio 2021
3er año colección
Pride. Ahora con
colección infantil



Julio 2021
Corona es miembro
de pride connection



Julio 2021
Llegada de
hang tag braille.
A toda la cadena



2021

2022



Septiembre 2021
Proyecto tiendas
100% inclusivas



Nov 2021
1er desfile inclusivo
(conjunto con
Muni. de vitacura)

Agosto 2021
Declaración Estrategia
Sostenibilidad



Nov 2021
Lanzamiento
Nueva política
De I&D





Marzo 2022
Ropero consciente



Agosto 2022
Alianza
con desafío
Levantemos Chile



Sept 2022
Lanzamiento
red reparadoras ropa.



Diciembre 2022
1er Desfile inclusivo
Santa Cruz

2022



Abril 2022
Alianza educativa
UDD



Agosto 2022
1era colección adaptative
(pensada en la inclusión)



Noviembre 2022
1er desfile diverso Comuna de Stgo
2do desfile inclusivo Vitacura

2023



Junio 2023

Espacio Seguro+Presencia blog
+ perchero con curatoría



Septiembre 2023

diego portales
U. autónoma
(Responsabilidad social)



2024



Mayo 2023
Espacio Seguro
(Neurodivergencia)



Agosto 2023
2da colección
todo para todos



¿Y AHORA QUÉ?



**QUE LA
EVOLUCIÓN
NO CESE**

¡GRACIAS!



Políticas de D&I e Innovaciones

CORONA.

CORONA.

corona.cl

