



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**



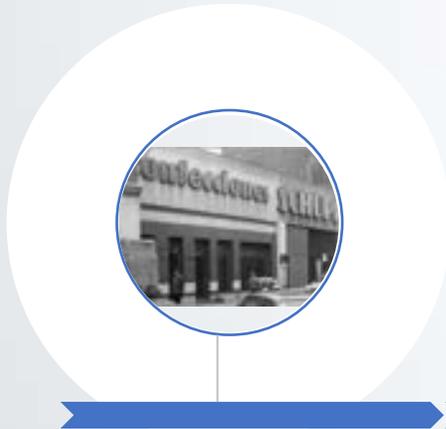






A medida que la gente pierde la fe en los gobiernos, las empresas dan un paso al frente y se hacen cargo de **solucionar los problemas sociales**

# 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



**3**  
Online

**Aceleradores del Cambio**

- Sobre stock retail
- Estallido social
- Pandemia
- Cuarentenas

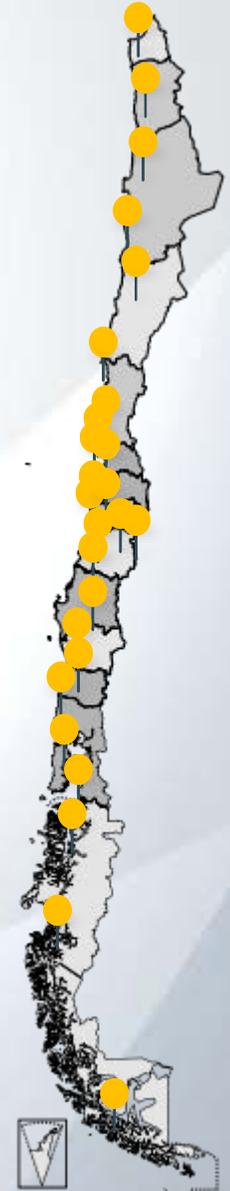
**2019-2021**



**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	<b>X</b> 1965-1980	<b>MILLENIALS</b> 1981-1990	<b>Z</b> 1990-2010
<b>TENDENCIAS</b>	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



**Abril 2021**  
Desarrollo estrategia  
sostenibilidad

**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

