

Tendencias de la futura normalidad

Visualizando los posibles futuros
post-mandemia



visiónhumana
LA OTRA MIRADA

01 ¿Tendencias? ¿Para qué?...



Partamos entendiendo que el futuro no está allá lejos, sino que ya está entre nosotros...

Las tendencias son procesos de cambios en el presente de posibles futuros.

Las tendencias podrían definirse como:

“El desarrollo emergente de nuevos valores, ideales o aspiraciones en las personas, producto de la influencia conjunta de cambios legales, económicos, tecnológicos, políticos, ecológicos y socioculturales, que se expresan en cambios en las actitudes y comportamientos”.

-Patricio Polizzi R.

Director General de Visión Humana

02 Tendencias dentro de las tendencias

Muchas veces una tendencia cobra tanta fuerza que influye en diferentes aspectos en el consumo y, otras veces, su efecto queda circunscrito a ciertas categorías de productos y servicios.

Por eso hacemos distinción entre:

Macrotendencias de consumo

Representan cambios en el “marco de referencia” que utilizan las personas para relacionarse con las marcas, productos y servicios y para desempeñar su rol de consumidores.

Microtendencias de consumo

Representa un cambio en la forma en que los consumidores se relacionan con un tipo de sector o categoría de producto o servicio.

¿Te imaginas tener la oportunidad de visualizar los cambios del futuro de tus consumidores y clientes para innovar en el presente?

03 Contexto actual



Somos sujetos en transición y en conflicto con nuestros tiempos

Desconfianza

con lo que nos sirvió en el pasado.

Malestar

con nuestro presente.

Poca claridad

de cómo enfrentar el futuro.



Medioambiental

Indignación y preocupación.



Institucional

Descrédito y desconfianza.



Social

Cuestionamiento y exigencias de cambios.



Covid-19

Replanteamiento personal y vulnerabilidad.

Somos sujetos marcados por la seguidilla de crisis que hemos vivido

Todas estas crisis están impactando nuestra forma de ver el mundo, pero...

Los cambios en nuestros valores, creencias y comportamientos no serán un “reseteo” total.

Y la crisis del Covid-19 fue un gran catalizador de cambios que ya venían.

¡Las tendencias de nuestra futura normalidad son procesos catalizados más que creados por la crisis del Covid-19!



04 Macrotendencias de Futura Normalidad



1500

1600

1700

1800

1900

Impulsos post crisis a la base de las macro tendencias

Las crisis que hemos vivido han generado 3 grandes tipos de impulsos en nuestras vidas.

A.

Repliegue

Impulso reactivo

B.

Red

Impulso preventivo

C.

Mentalidad

Impulso proyectivo

Macrotendencias de nuestra futura normalidad

A. Repliegue

Contracción del
espacio vital



Proteccionismo
personal



Resguardo
económico

B. Red

Intervencionismo
estatal



Cooperativismo
funcional



Conectividad
digital

C. Mentalidad

Conciencia
más holística



Regulación
mental



Emprendimiento
adaptativo

Contracción del espacio vital

Buscaremos enriquecer nuestros espacios y relaciones más próximas.

01.

Revalorización de lo básico

Familia, salud, dinero
y productos y
servicios esenciales
serán la prioridad.

02.

Hogar como nuevo territorio

De refugio temporal
a donde deseamos
que todo ocurra.

03.

Amor a lo cercano

Preferencia y apoyo a los
productores y negocios
de proximidad o de
acercamiento.

04.

Valor por lo nacional

Solidaridad con la
economía local y obtención
de mejor trazabilidad de los
productos.



Proteccionismo personal

Buscaremos prevenir los riesgos personales a los que nos exponemos.

01.

Higiene en todo

El control de la higiene como atributo de valor de cualquier producto o servicio.

02.

Autogestión de la salud

Desarrollo de una vida más saludable y preventiva, tanto dentro como fuera del hogar.

03.

Pensar más en futuro

Toma de decisiones más sustentada en la anticipación y la proyección de largo plazo.



Resguardo económico

Buscaremos desarrollar un gasto más restrictivo, racional y austero.

01.

**Bajo costo
De valor**

Mayor sensibilidad al precio y las promociones, pero sin sacrificar el valor recibido.

02.

**Alargoesencia
gestionada**

Preferencia por productos más perdurables y posibles de reutilizar.

03.

**Consumo
reflexivo**

Un consumo más pensado y planificado, con menos influencia de los impulsos y los caprichos.

04.

**Vida
inmaterial**

Negación de una felicidad sustentada en el consumo y los bienes materiales.



Intervencionismo estatal

Buscaremos que los gobiernos sean más activo en la protección del bien común.

01.

Estatismo económico

Mandato de intervenir en sectores económicos esenciales para la vida.

02.

Gobernanza de evidencias

Apoyo a gobiernos y autoridades más tecnocráticas y basadas en el conocimiento.

03.

Gobernabilidad visionaria

Reivindicación por gobiernos y autoridades planificadas y efectivas en visualizar escenarios.

04.

Votos de privacidad

Disposición a ofrecer nuestros datos para contener futuras amenazas colectivas.



Cooperativismo funcional

Buscaremos fortalecer la integración para responder mejor y ser mejor representados.

01.

Tejidos de resiliencia

Desarrollo de ecosistemas sociales y económicos para responder y solucionar mejor.

02.

Colectivismo ciudadano

Grupos organizados con mayor rol en el dialogo y control de gobiernos, instituciones y autoridades.

03.

Solidaridad vecinal

Fortalecimiento de las redes de control y apoyo social y económico a nivel de los barrios y los vecinos.



Conectividad digital

Buscaremos desarrollar experiencias digitales más significativas.

01.

Gregarismo digital

Tecnología para complementar experiencias sociales y colectivas.

02.

Experimentación digital

Uso de la tecnología para probar o experimentar nuevas sensaciones u opciones.

03.

Ciudadanía digital

Proliferación de herramientas que conectan a ciudadanos con sus gobiernos y autoridades.

04.

Microcomunidad digital

Creación de espacios virtuales para satisfacer intereses compartidos cada vez más particulares.



Conciencia más holística

Buscaremos coherencia y balance con una visión más sistémica del mundo.

01.

Sentido global

Mayor conciencia planetaria, pero también de vulnerabilidad global.

02.

Economía equilibrada

Exigencia de un desarrollo económico y empresarial conectado con las prioridades sociales y ambientales.

03.

Tecnología humanizada

Necesidad de desarrollar tecnologías sensibles con los valores y las aprehensiones éticas de las personas.

04.

Ampliación de lo posible

La sensación de “todo puede pasar” o “todo nos puede afectar” amplificará nuestras incertidumbres.



Regulación mental

Buscaremos el control de nuestros estados mentales y emocionales.

01.

Autocontrol de la ansiedad

Requeriremos de métodos y herramientas para controlar nuestra ansiedad.

02.

Vida inmaterial

Valoración de las experiencias significativas y alejamiento de la dependencia material.

03.

Minimalismo funcional

La simplicidad y facilidad serán parte imprescindible de lo que definamos como una buena solución.

04.

Espiritualidad renovada

Ante un modelo de vida que se desvanece, mirar hacia arriba o hacia adentro será un consuelo y una orientación.



Emprendimiento adaptativo

Buscaremos desarrollar autonomía personal para enfrentar un futuro más incierto.

01.

Autogestores de soluciones

Haremos más nosotros mismos cosas que antes encargábamos a otros.

02.

Individuación laboral

Seremos gestores de nuestros propios proyectos laborales o profesionales.

03.

Pequeño es ser gigante

Las estructuras pequeñas tendrán la ventajas de la agilidad, interconectividad y plasticidad necesaria.

04.

Actitud de reinversión

Desde una mentalidad de emprendedor esforzado a la del adaptativo resiliente.



05 Algunos mensajes finales



Estamos en un proceso de transición que requerirá de las empresas...

Conciencia

de las nuevas tendencias.

Imaginación

de futuros posibles.

Desarrollo

de competencias adaptativas.

Aprendizaje

continuo de la experiencia.

Tenemos más información que nunca, pero vivimos en escenarios de más incertidumbre.

Las ventajas del análisis de grandes volúmenes de datos deben combinarse con enfoques cualitativos.

No todo debe ser big data, sino que también small data

La paradoja de la sobreinformación



05 ¿Qué te podemos ofrecer?



1500

1600

1700

1800

1900

Tenemos 3 grandes servicios basados en metodologías que hemos desarrollado, para ayudarte no sólo a detectar tendencias y visualizar el futuro, sino que adueñarte de él a través de la innovación.



Investigación
para inspirar



Talleres
para idear



Proyectos
para innovar

Además de nuestros servicios, ofrecemos información constante durante todo el año en la forma de:

- 1.** Informe de tendencias generales.
- 2.** Informes de tendencias de categorías de productos y servicios