



60 tendencias en 60 minutos

por Sam Hill

RESUMEN EJECUTIVO

Constantemente estamos expuestos a miles de tendencias. Pero leerlas y seguirlas no convierten a una persona en un experto.

Si usted desea empezar un negocio, diseñar un nuevo producto, cambiar de carrera, invertir dinero, hacer una adquisición, o vender una división corporativa, necesita comprender verdaderamente las tendencias y las fuerzas detrás de ellas.

En este libro, Sam Hill explica el arte y la ciencia del análisis de tendencias. Provee una mirada al futuro, revelando las tendencias que tendrán el mayor impacto durante la próxima década en marketing, gerencia de marcas y desarrollo de productos. Va más allá de meras modas, para identificar los movimientos importantes y duraderos.

Con este libro aprenderá acerca de las 6 categorías de tendencias y será introducido a un proceso que le facilitará el análisis de tendencias y le permitirá aprovechar las enormes oportunidades que estas presentan.

Las 6 categorías de tendencias

El análisis de tendencias significa dismantelarlas de forma sistemática para comprender qué está detrás de ellas, y por qué son o no importantes, cómo se manifestarán en el día a día y cuándo se fracturarán y regresará la normalidad.

Para poder aprovechar las tendencias, es importante conocer los 4 elementos importantes: qué, cómo, cómo y cuándo. Las tendencias están a nuestro alrededor, pero usted no logrará hacer dinero con ellas con sólo observarlas. En lugar de ello, debe verlas en desarrollo, para luego explotar las oportunidades de negocio que presentan.

Las tendencias se pueden dividir en seis categorías:

1.- Tendencias económicas y geopolíticas: son grandes tendencias con grandes efectos. Por ejemplo, el hecho de que todo el mundo ahora está conectado a Internet y el teléfono está cambiando la forma de ver el mundo, llegando a los lugares más remotos del planeta.

2.- Tendencias tecnológicas: las cosas que cambiarán los ambientes de negocios y crearán oportunidades. Por ejemplo, los dobles ciclos de innovación tecnológica han creado una obsolescencia instantánea. En los Estados Unidos se

emite una patente cada 3 minutos.

3.- Tendencias sociales: son reacciones a tendencias económicas y geopolíticas. El mundo cambia, y por lo tanto la sociedad se ajusta a ello. Las tendencias en la sociedad, como estas, producen discontinuidad y nuevas oportunidades para todo, desde formas de conectar a las personas hasta formas de desconectarlas cuando se sientan recargadas por tanta conexión. Por ejemplo, la creciente mezcla de culturas ha llevado a un cambio en las creencias religiosas. Al mismo tiempo, las personas ahora son mucho más insulares, menos abiertas y honestas.

4.- Tendencias de consumo: los consumidores ya no se satisfacen tan fácilmente como antes. Ahora son exigentes y se molestan más rápido que hace unos 50 años.

5.- Tendencias de negocios: es muy difícil reconocer las tendencias realmente importantes en los negocios, ya que hay miles de nuevas tendencias cada año.

6.- Tendencias laborales: los trabajadores de estos tiempos son móviles y ya no se quedan en una misma empresa u oficio hasta jubilarse. Los empleados se reclutan de cualquier parte del mundo y las horas de trabajo pueden ser el doble de antes, los siete días a la semana.

Tendencias económicas y geopolíticas

1.- Interconexión: los celulares, Internet, FedEx, etc. pueden traer y llevar información, bienes e incluso a personas a cualquier sitio del mundo, mas rápido que nunca.

2.- Pequeña India: se refiere a la filtración que hay de una cultura a otra, debido a que en estos tiempos la gente está migrando cada vez más de un país a otro. Los servicios de reubicación serán cada vez más requeridos que nunca.

3.- Super Metrópolis: para el año 2015, la población de las grandes ciudades se habrá triplicado. No a todos les gusta este estilo de vida, por lo que habrá un gran éxodo a las pequeñas ciudades.

4.- Bárbaros en las puertas de la comunidad: como los norteamericanos cada vez tienen más dinero, son más conscientes del tema de la seguridad. Las comunidades cercadas han incrementado impresionantemente.

5.- Camarada Adam Smith: la tendencia de los trabajadores a poseer cada vez más capital. Esto incluye a las empresas poseídas por sus propios trabajadores, como es el caso de

United Airlines. Hoy en día, 15 millones de norteamericanos, el 12% de la fuerza laboral, posee acciones de las compañías en las que trabajan.

6.- El increíble gobierno creciente: no es una sorpresa que el gasto de gobierno está creciendo, sin embargo aún es una tendencia. Este gasto va a seguir creciendo.

7.- Balkanización: a pesar de que las ciudades cada vez son más grandes, los países se vuelven cada vez más pequeños. Es fácil esperarse la creación de nuevos países, como consecuencia geopolítica de los cambios mundiales.

8.- Compañías estados: los países se vuelven cada vez más pequeños, pero las corporaciones crecen. En ciertos lugares las empresas tomarán el lugar de los gobiernos.

9.- Babelización: como los países van a proliferar, igual lo harán los idiomas. La tendencia global se inclina hacia la diversidad lingüística, no hacia la unidad.

Todas las tendencias anteriores se basan en la primera, la interconexión, y es por esto que ésta es tan importante. La interconexión comenzó con el transporte, quizá en Egipto o China. Cuando los rieles ferroviarios se introdujeron en Inglaterra en 1800, muchas comunidades aisladas fueron conectadas entre sí. Esto indujo al desarrollo del comercio y la cultura, comenzando la multi-polinización.

Luego vinieron el telégrafo, el teléfono, la computadora, Internet y el correo electrónico. En la actualidad estamos prácticamente conectados todo el tiempo.

En un par de años, un billón de personas estarán conectadas a Internet, la información, las personas y los bienes fluyen cada vez más rápido a través del planeta. Ningún hombre es una isla, ni ningún país tampoco.

Estar conectado no es un lujo, sino una necesidad. Quedan muchas fortunas por crear conectando personas y lugares en el mundo. Un 95% de la capacidad de todo el cable de fibra óptica que fue creado durante los años 90, está aún sin usar. Esta es una mina de oro para los que inventen formas de usarlo.

De la misma forma, los lugares de trabajo se han vuelto móviles. El trabajo portátil es una realidad, gracias a las líneas telefónicas, la banda ancha e Internet.

Tendencias tecnológicas

Todas las tendencias tecnológicas son el resultado de la unión de desarrollos disparatados en ingeniería y ciencia. Estas tendencias son:

1.- Obsolescencia instantánea: la explosión de la patente, la proliferación de nuevos productos y tecnologías como celulares, satélites, microchips o medicina - todos han ayudado a que las cosas se vuelvan rápidamente obsoletas.

2.- Alcance infinito: como con la interconexión, todos estamos al alcance en todo momento, en todas las formas posi-

bles: Reconocimiento de voz, celulares, inteligencia artificial, fibra óptica, etc. ayudan a mantener este alcance.

3.- Hacia lo cálido: la gente está migrando al sur, gracias al invento del aire acondicionado, la ciencia de materiales y el control de insectos. El aire acondicionado transportable también es un gran invento.

4.- Remedios: para el año 2000, se consumieron en EUA unos \$121 billones en medicamentos con prescripción. A eso hay que sumar unos billones de dólares en remedios herbarios, homeopáticos, nutricionistas, etc.

5.- Pequeñas máquinas microscópicas: la tecnología no sólo es más rápida y mejor, sino más pequeña. La microtecnología, la nanotecnología, la inteligencia artificial, la Bioquímica, la teoría del caos y la robótica han hecho todas colisión.

6.- Biónico: los reemplazos para las partes del cuerpo humano son un gran negocio. Las tecnologías incluyen las ciencias de materiales, la metalurgia, la telemetría, la medicina y la farmacología.

7.- Productos más livianos: como los productos son más pequeños, también son más livianos. Las tecnologías en colisión incluyen los microprocesadores y la ergonomía.

8.- La mina de datos: la información siempre ha sido recolectada y almacenada. Por primera vez en la historia, tenemos al alcance herramientas para hacerlo de forma nueva y rentable. Las tecnologías incluyen microprocesadores, almacenamiento de datos, teorías de números y compresión.

9.- Una vida extra por persona: en promedio, las personas están viviendo más. La calidad de esos 15 años extra que se añadieron en el último siglo dependerá de la terapia hormonal, nutrición, farmacología e ingeniería biomédica.

10.- Ayudantes de aprendizaje: con tantos equipos tecnológicos, se necesita ayuda para aprender a manejarlos. Las telecomunicaciones, ergonomía, inteligencia artificial y digitalización serán de gran ayuda.

De todas las tendencias tecnológicas analizadas la más importante es la obsolescencia instantánea. Esto significa que el tiempo para mercader productos y servicios se ha acortado a la mitad en los últimos 50 años. En parte, la razón para esta tendencia es que las personas pueden costear y comprar los productos tecnológicos, lo que hace que las empresas estén dispuestas a acarrear los gastos de desarrollo e investigación.

Cualquiera que sea la forma en la que se desee aprovechar esta tendencia, la palabra clave es "rapidez". No se puede esperar a que un producto permanezca en el mercado haciendo dinero por años, como antes.

Tendencias sociales

Si las tendencias económicas y geopolíticas le dan forma al mundo y las tendencias tecnológicas le dan forma a la manera de vivir en él, las tendencias sociales nos demuestran cómo

lidar con esas dos formas de cambio:

1.- Politeísmo: las religiones tradicionales siguen vivas, sin embargo muchas están siendo suplantadas por otras actividades y corrientes espirituales.

2.- Familias post-nucleares: el modelo de la familia tradicional está cambiando. Menos del 24% de los hogares en los Estados Unidos se componen de un esposo, esposa e hijos menores de 18 años. El número de niños que vive con solo uno de sus padres se ha triplicado, ofreciendo oportunidades para servicios que suplan el rol del padre faltante - desde actividades deportivas o culturales para los niños, hasta personas que se encargan de la limpieza del hogar.

3.- Reagrupaciones: como consecuencia de las tendencias 1 y 2, las personas se están uniendo a grupos sociales que comparten sus mismos intereses.

4.- El déficit de confianza: ahora vivimos en una sociedad en la que nadie confía en lo que lee o escucha, y sólo cree en parte de lo que ve.

5.- División entre el bien y el mal: no hay una línea clara que divida lo que está bien y lo que no; la moralidad ha pasado a una escala elástica.

6.- El tráfico sin fin: el mundo está cada vez más saturado que nunca antes.

7.- Sobrecarga de información: en promedio recibimos publicidad cada 20 segundos, un correo electrónico cada 6 minutos y una llamada telefónica cada hora.

8.- Encuesta instantánea: las empresas están gastando más dinero para obtener información acerca de la opinión de la gente, más rápido que nunca.

9.- Abogados, armas y dinero: los Estados Unidos está más litigante que ningún otro sitio del mundo. Ya no se acepta la responsabilidad por los actos propios; en lugar de ello, se demanda.

10.- Dañar al otro: la sociedad se ha vuelto extremadamente ruda en estos tiempos.

Quizá la tendencia más emblemática es la de demandar a los demás, o a cualquier cosa. Sólo en 1999 más de 15 millones de casos civiles fueron llevados a la corte (30% más que en 1994).

Demandar a las personas es un negocio emprendedor que llevan a cabo aquellos que emiten las leyes. Es más bien un monopolio, que da buenas y altas retribuciones. A los abogados se les permite trabajar en base a contingencias y ganan hasta un 95% de sus casos llevados a la corte.

Una demanda por mala-práctica médica, o daño por el uso de un producto, genera retribuciones hasta de un cuarto de millón de dólar. Como resultado, el personal legal de instituciones está creciendo, adquiriendo cada vez más poder.

Tendencias de consumidor

Las tendencias de consumidor se parecen a las sociales, sólo que en menor escala. Mientras que las tendencias sociales afectan a todo un país, las de consumidor influyen a un mercado o a un segmento del mismo.

1.- Peter Panismo: las personas nacidas después de la segunda guerra mundial (baby boomers) no están envejeciendo, y esto ha creado un nuevo tipo de consumidor: personas viejas jóvenes o personas jóvenes viejas.

2.- Pre-madurez: de la misma forma, los baby boomers no desean convertirse en adultos, piensan que otros, no ellos, deberían serlo. En ciertos casos, son sus hijos quienes adoptan este rol.

3.- Expectativas en escala: los consumidores están menos satisfechos, a pesar de que hay mejores productos y servicios en el mercado.

4.- El consumidor concreto: los consumidores han dejado de escuchar las exageraciones de los mensajes comerciales.

5.- Falsa autenticidad: en un mundo falso, los consumidores buscan cualquier cosa que se sienta real. Por eso es que está de vuelta lo retro a todo nivel: automóviles, ropa, etc.

6.- Nacido para ser alámbrico: esta generación cuenta con la tecnología y espera tener un suministro infinito de ella.

7.- Mordisquear y dormir: el viejo modelo de la forma en como se comía, se dormía y se despertaba ha sido reemplazado por merendar, tomar siestas y recesos cortos.

8.- Compre ahora y no pague jamás: la deuda del consumidor está todo el tiempo alta, y muchas veces las personas simplemente no pagan.

9.- Subiendo de escala: antes solía usarse Timex. Ahora es Tag Heuer. Las personas ahora desean lo mejor.

10.- El rico frugal: antiguamente las personas adineradas compraban en Saks, mientras que el resto lo hacía en Sears. Ahora los ricos también están buscando rebajas.

11.- Plumposidad: las personas ahora están engordando más.

La tendencia más importante a destacar en el comportamiento de los consumidores es cómo se están percibiendo a sí mismos, y el Peter Panismo es la forma como los baby boomers se están percibiendo a sí mismos. Más que nunca, se ven cursos de todo tipo poblados por personas de la edad de 40 años.

Cuando se les pregunta a las personas de 50 años qué es ser viejo, responden que tener 80 años. Las personas de 60 años en adelante están aumentando notablemente su frecuencia sexual; y gran parte de los miembros de los gimnasios tienen 50 años en adelante.

La cirugía plástica aumentó en un 200% entre 1989 y 1995; muchos estudiantes universitarios rondan la edad de los 40.

Esta generación está determinada a permanecer joven a cualquier costo, aunque signifique vestirse como los jóvenes y hasta usar sus mismos juguetes o formas de diversión.

Sin embargo, el cuerpo debe permanecer joven también para poder seguir montando patinetas o participando en maratones; por esto; vemos un surgimiento de fórmulas antienvjecimiento que implican desde decoloración de cabellos, medicinas para retardar el envejecimiento, equipos de ejercicio para mantenerse en forma, etc.

Tendencias de negocios

Las tendencias más representativas y que tienen la mayor implicación para individuos y empresas son:

- 1.- La muerte de la demografía: las formas tradicionales de comprar publicidad se están moviendo de la demografía, hacia tipos más específicos de información que están ahora disponibles.
- 2.- Selección de nichos: ser más pequeños no significa ser menos rentable, si se selecciona el segmento apropiado.
- 3.- ¡Experimente esto!: pasamos de ser manufactureros de productos, a ser proveedores de servicios para crear nuevas experiencias.
- 4.- En el vagón de la marca: se han creado más marcas en los últimos 10 años que nunca antes en la historia.
- 5.- Modelos de negocios "a la carte": una razón por la que se crearon todas esas marcas es el hecho de que crear una compañía es más fácil ahora que antes.
- 6.- Re-intermediación: la des-intermediación ha muerto. Los intermediarios regresaron con creces.
- 7.- Compañeros íntimos extraños: la razón por la cual crear una empresa es tan sencillo hoy día es que las adquisiciones, fusiones, aliados y las colaboraciones se encuentran por doquier.
- 8.- El precio está equivocado: el paradigma de: "tómelo o déjelo" ha pasado a la historia. La flexibilidad de precios está de vuelta.
- 9.- Tácticas enganchadoras: las compañías están volviéndose cada vez más implacables y rudas que nunca al mercadear de forma agresiva. A los clientes no les gusta esta actitud.
- 10.- Personalización en masa: esta es la respuesta para hacer que el mercadeo uno a uno quede como sólo un mal sueño.
- 11.- Una libra de riesgo para llevar: la compra y venta de riesgo ha cambiado el precio de todo.

La mayoría de estas tendencias son acerca de la información y las nuevas formas como ésta se maneja, se mueve, se compra y se vende.

El mercado es fundamentalmente información y la tendencia hacia cambios rápidos en el mercadeo sugiere la naturaleza de

todas las otras. Las agencias de publicidad establecidas están siendo reemplazadas por firmas consultoras y organizaciones de mercadeo directo. Esto implica un cambio radical de la forma tradicional de hacer mercadeo, basado en la demografía y la geografía. El modelo de mercadeo actual es hacia segmentos más pequeños y mejor definidos.

La era de la demografía se enfocaba en hacer mercadeo por televisión. Los mercadeólogos se dedicaban a las amas de casa, preocupadas por mantener sus pisos limpios. Ahora las cosas son muy distintas. Una mujer de la misma edad de entonces puede ser la presidenta de una empresa, mientras que la persona que se encuentra en el hogar preocupada por la limpieza de sus pisos, bien podría ser un hombre.

En estos tiempos los ingresos de una persona, su lugar de vivienda, etc. ya no son indicadores claros acerca de qué puede o no comprar esta persona. Esta es la era de la singularidad, en la que los segmentos de mercado son cada vez más pequeños.

Tendencias laborales

El trabajo en los Estados Unidos es prácticamente una religión; las 9 tendencias básicas a examinar en este sentido son:

- 1.- Diversidad: esto cada vez se vuelve más común en los ambientes laborales de las empresas. El sexo, la raza y la religión cada vez tienen menor importancia en cuanto a trabajo se refiere.
- 2.- Para-profesionalismo: desde para-legales hasta para-médicos, cada profesión está adquiriendo un cierto sentido de "para". Los profesionales que se llaman así, son los obreros de fábrica de una economía de servicio.
- 3.- La última revisión de trabajo: las acciones legales están haciendo que las evaluaciones honestas de trabajo sean casi imposible.
- 4.- CEOs célebres: muchos CEOs de ahora son celebridades más conocidas que muchas estrellas de cine.
- 5.- Gerencia mercenaria: tanto los empleados como los gerentes están en venta al mejor postor. La fuerza laboral está activa y en movimiento todo el tiempo.
- 6.- 24/7/365: en esta época, todos se encuentran trabajando todo el tiempo. El trabajo puede seguir a la persona a donde quiera que ésta vaya, gracias a las tendencias tecnológicas.
- 7.- Re-instrumentación: debido a que las habilidades clave se vuelven obsoletas rápidamente, lo mismo pasa con las personas. Los sobrevivientes son personas que están adquiriendo nuevas habilidades y competencias, cambiando sus carreras en la mitad de su vida profesional. Cada vez aumenta más la tendencia a regresar a la escuela.
- 8.- En una tierra bien lejana: el tele-trabajo va mucho más allá del trabajo remoto. Estos tiempos están marcados por el hecho de poder trabajar en cualquier parte, a cualquier hora. Si un domingo es tan bueno para trabajar como lo es un

lunes, entonces Chicago es tan bueno como Amsterdam

Las corporaciones de nuestra época se asemejan a los señores feudales de la época medieval, y la alta gerencia son su ejército. Todos los demás trabajadores son mercenarios que son pagados cuando se requieren.

Existen agentes y consultores independientes, personas que trabajan por contratos, etc. Igualmente los trabajadores de ahora se pueden unir para trabajar en un proyecto específico, y una vez culminado, moverse hacia otros rumbos totalmente distintos, para trabajar en otros proyectos con otras personas.

Explosión de tendencias

Una cosa es detectar una tendencia, y otra es explotarla, usarla y sacarle provecho monetario. Para aprovechar las oportunidades, analice cada tendencia haciéndose 4 preguntas básicas:

- 1.- ¿Qué es lo que está cambiando?
- 2.- ¿Por qué está ocurriendo?

3.- ¿Con qué tiempo se cuenta?

4.- ¿Cuál es la oportunidad?

Las cuatro técnicas para responder a estas preguntas son:

- Observación sistemática.
- Estudio de la tendencia en profundidad.
- Proyección de la tendencia en 3 o 5 años.
- Creación de ideas utilizando las observaciones y las experiencias de otros en relación a la tendencia.

Las tendencias no son sino cambios, y el cambio es fundamental en éstos tiempos. El sueño americano ha sido siempre reinventarse a sí mismo, la clave para esta reinención es la visión y la oportunidad. En esta sociedad interconectada y compleja, las tendencias son las señales del camino para emprender acciones provechosas, antes que otros lo hagan primero.

Este Resumido ha sido parcialmente patrocinado por:



Directorio y Buscador de Negocios
en Hispanoamérica



Lo mejor de las revistas de negocios



Estadísticas e Investigación de Mercado Digital
en Latinoamérica

¿Le gustó el Resumido? Compre el libro en: <http://www.resumido.com/es/libro.php?cod=241>