

## TENDENCIAS 2012 por EuroRSCG

Publicado en: [Perfil del Consumidor](#)

Worldwide PR en Norteamérica, preparó un informe detallado que describe las predicciones para el 2012, que van desde la publicidad hasta la decoración para el hogar, los hombres, la mercadotecnia en las distintas etapas de la vida y la política.

“Nos dedicamos al negocio de crear conciencia para nuestros clientes —a promover la buena voluntad, el consumo y en última instancia, la lealtad—, y la mejor forma de servirles de manera eficaz, es al adelantarnos a la densidad y la velocidad de los cambios que se vislumbran en el horizonte no tan lejano”, explicó Salzman. “Cuando una marca multinacional se adelanta a una tendencia y la logra poseer y aprovechar la ola que ésta genera, obtiene beneficios de larga duración, al reconocer, por supuesto, que una de las tendencias en los últimos años es la velocidad del cambio, así como la levedad de los consumidores que adoptan algo nuevo un día para luego seguir con la novedad que sale el día siguiente”.

Renato de Paula, CEO de Euro RSCG México, indicó que este análisis de tendencias, además de consolidar múltiples visiones en uno solo documento, les da forma y permite que las marcas encuentren valor estratégico al documento. Algunas de las predicciones de Euro RSCG para el 2012 incluyen:

- El fin de los derechos subjetivos y el cambio de las tradiciones. Con el país (y el mundo) preocupado por todo, desde Wall Street hasta las cuotas por el uso de las tarjetas de débito, el cambio se percibe en el aire (y en la nube). Ya que mucha gente está redefiniendo hasta la noción del “valor”, un retorno al pensamiento tradicional es la causa del año. Veremos que muchos vuelven a concentrarse en la familia, la comida y los simples placeres de la vida.
- El yo versus el nosotros en la era de la colaboración. Al notar que tantos de nosotros estamos acostumbrados a ver por nuestros propios intereses, el 2012 nos podría obligar a repensar nuestra matemática. La era del “yo” está dando paso a la era del “nosotros” en esta época de colaboración y el interés común. El software de colaboración será enorme, conforme la capacidad de trabajar en cualquier lugar, las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año, nos obligará a contar con conexiones en línea.
- Un tono más gris del color gris. Se está asentando la fatiga extrema, por lo que el color gris definirá el 2012. Todos hemos aceptado las condiciones que desdibujan los límites entre la vida y el trabajo, cada día más, por lo que tendremos el color gris, el color de la indefinición, en la mira. El seguimiento de este nuevo radar del color gris nos ayudará a decodificar el rumbo que tomaremos este año. Pero no es sólo una construcción metafórica: el mundo en realidad se está

volviendo gris, ya que algunos países están experimentando un crecimiento histórico de sus grupos de adultos mayores.

- El poder para la gente: la socialización del poderoso y del pequeñito. Veremos la incubación de un mayor número de movimientos alrededor del mundo con el fin de la era del derecho subjetivo y al ver que los medios sociales nos siguen conectando. Los ciudadanos comunes estarán más movilizados para hablar en contra de todo, desde la intimidación hasta los organismos o los alimentos genéticamente modificados (OGM, por sus siglas en inglés). Independientemente de lo que usted cree o donde vive, la gente está hablando –en voz alta y de manera clara y con gran aplomo–.

- Un teclado entre los sentimientos de los expertos de computación. ¿Recuerdan los días en los que “tenemos que hablar” significaba hablar cara a cara? Aunque nada sustituirá la antigua forma de dialogar de frente, el teclado todopoderoso es ahora el máximo mediador y comunicador, y esto será más cierto durante el 2012. Screenage (la era de la pantalla) es un guiño a nuestra nueva cultura instantánea, el papel de Skype, los sitios de televisión de Internet como Hulu.com, así como los sitios para compartir música como Spotify, contribuyen a esta vida en pantalla y seguirán cambiando nuestra interpretación del “lugar”.

- La vida en una nube: movilidad, portabilidad y la transitoriedad. La computación en la nube (cloud computing) será la tendencia de la que más se hable en materia de tecnología en el año 2012. La gente compartirá más que nunca, al reproducir música y acceder a su información desde cualquier lugar, ofreciendo una experiencia digital transparente de principio a fin. ¿El jugador más grande en este negocio nublado? Móvil, el dispositivo perfecto por su extrema portabilidad y la capacidad que ofrece para acceder a nuestros correos electrónicos, notas, redes sociales, nuestra música favorita y sitios de compras desde un solo lugar.

- El buen consumo en una economía calamitosa. Ya no basta que las marcas se limiten a proveer; queremos saber cómo proveen, por qué proveen, y qué representan al hacerlo. Bienvenidos al nuevo “valor”, donde los temores de una caída de dígitos dobles (e incluso ¿triples?) y la confianza superficial de los consumidores presionan a las grandes empresas a hacer el bien.