The future 100

LATAM

— Explora las tendencias que moverán a Latinoamérica en el 2022 —

+ WUNDERMAN THOMPSON

UN REPORTE DE WUNDERMAN THOMPSON INTELLIGENCE

El equipo de inteligencia de Wunderman Thompson Latinoamérica presenta por primera vez el Future 100 Latam. Un complemento del reporte global con aquellas tendencias más relevantes de la región, con sus expresiones y ejemplos propios, mostrando al mundo el carácter de Latinoamérica como vector de transformación global.

Si no hay nuevos giros sanitarios, este promete ser el año en el que se empezarán a consolidar las nuevas convenciones de lo que venimos llamando la “nueva normalidad”. Entrando ya en el tercer año de pandemia, en el 2022 seguiremos viendo grandes cambios en el mundo del trabajo, con la efervescencia de la economía nómade, una nueva ola de personas que decidirán emprender, o la popularización de un trabajo híbrido en espacialidades físicas y virtuales.

Las marcas se enfocarán en alimentar momentos de alegría y euforia para acompañar un entorno que irá aflojando tensión acumulada. En ese sentido, la salud mental seguirá tomando la agenda y dando pie a nuevos formatos como el fenómeno de la terapia en TikTok, los retiros micológicos o farmacias que deciden cerrar de una vez por todas la brecha entre la atención de salud física y mental.

La tercera transición de la red está popularizando nuevos usos descentralizados en el mundo, con una apropiación intensa y acelerada de la criptonomía en Latinoamérica. Del mismo modo, seguirán creciendo los espacios de socialización en mundos virtuales que están empezando a dar pie a metasociedades regidas por reglas y rituales propios.

Latinoamérica se muestra fuerte, liderando muchas de las transiciones culturales y tecnológicas que moldean el mundo. Esperamos que disfrutes la lectura y redescubras la vitalidad de la región a través de las tendencias clave a tener en cuenta este año.

Ernest Riba
Chief Strategy Officer, Wunderman Thompson Latam

01. Metasociedades **04**
02. Microbosques **06**
03. Criptonomía **08**
04. Un concepto de belleza inclusiva **10**
05. El auge de las superapps **12**
06. Terapia TikTok **14**
07. Microaventuras **16**
08. Microempresarios 2.0 **18**
09. Retiros micológicos **20**
10. Anuncios eufóricos **22**
11. La economía nómade **24**
12. Ellas se recuperan **26**
13. Metatrabajo **28**
14. Fuerza laboral Gen Z **30**
15. Farmacias de salud mental **32**
16. Evolución en el deporte **34**
17. Tres destinos **36**
18. Tres ingredientes **38**

Metasociedades

Internet está entrando en una nueva etapa. Se está gestando una realidad mixta, con entornos 3D inmersivos e identidades físico-digitales que reflejan una nueva era híbrida para las interacciones sociales.

WUNDERMAN THOMPSON

La carrera para crear un ecosistema virtual interconectado que fomente las conexiones, la colaboración y el descubrimiento de nuevas posibilidades ya comenzó.

Decentraland es la creación de los argentinos Esteban Ordano y Ari Meillich. El proyecto se ejecuta en la blockchain de Ethereum y opera como un mundo virtual compartido. Los usuarios pueden comprar y vender inmuebles digitales mientras asisten a conciertos, exposiciones de arte, o comparten experiencias con otros avatares. En 2021, con unos 150 mil visitantes únicos por mes, superaron largamente los 50 millones de dólares, entre venta de terrenos, propiedades y complementos.

En plena cuarentena, Tuenti y Wunderman Thompson hicieron el “Cumple Co-Op”, una fiesta de cumpleaños colectiva para los que no podían festejarlo presencialmente por el distanciamiento social en el único lugar habilitado para bailar: la disco del Fortnite.

La marca de ropa infantil colombiana Offcorss avanza en el desarrollo de las tecnologías que permitan vivir experiencias inmersivas con sus prendas. El objetivo es abrir su propia tienda virtual donde la gente pueda ir a comprar las prendas digitales para vestir su avatar. El proyecto ZYX Virtual Society, incubado en el Centro de Innovación y Emprendimientos de la Universidad ORT de Uruguay, busca ayudar a las marcas a migrar y establecerse en metaversos. El primer metaverso que montaron fue para una marca de ropa que opera en el país con cuatro “escenarios” en los cuales los usuarios podían vincularse entre sí, mirar videos, charlar y hasta comprar productos en su sitio web.

La construcción de metasociedades depende de una colaboración consensuada entre compañías, desarrolladores, expertos y con coordinación técnica y regulatoria.

A la vez, es la gran oportunidad de crear un mundo que sea inclusivo, ético y accesible: el 88% de los consumidores globales cree que la tecnología puede hacer del mundo un lugar mejor y el 78% está de acuerdo en que puede ayudar a crear una sociedad más equitativa, según una encuesta de julio de 2021 realizada por Wunderman Thompson.

Pfizer Brasil creó un centro de vacunación en GTA RP. En el juego, los jugadores pueden completar misiones y vacunarse al final. Además, cualquier jugador que se vacune en la vida real y publique pruebas de vacunación con los hashtags de la campaña en las redes sociales obtiene puntos que lo “protegen” dentro del juego. Esta iniciativa utilizó una realidad digital para reflexionar sobre los dilemas que enfrentamos en la vida real, fomentando la protección de nuestro cuerpo físico y virtual.

Por qué importa:

El metaverso aún está en su infancia y la ventana de oportunidad para construir mundos virtuales y sociedades desde cero se está abriendo ahora.

WUNDERMAN THOMPSON

Superior: Centro de vacunación Metasociedades. Imagen cortesía de Shutterstock
Inferior: Decentraland. Imagen cortesía de medium.com

02

Microbosques

Los microbosques están en alza en entornos urbanos, ofreciendo a los habitantes una nueva forma de espacio público.

Un enfoque creciente en la biodiversidad urbana encuentra a comunidades de todo el mundo plantando bosques nativos en espacios comunes. De esta manera, tiene lugar una unión de la comunidad en pos de proteger el planeta, reconstruir ciudades y re acondicionar el espacio compartido.

“Rutas Naturbanas” es un proyecto de intervención ciudadana en Costa Rica que busca regenerar y renovar los ríos urbanos, sus ecosistemas de flora y hacerlos accesibles para habilitar 25 km de caminos de uso compartido para conectar a las personas con la naturaleza a lo largo de cinco municipios en la región capital del país.

WUNDERMAN THOMPSON

El primer tramo de Rutas Naturbanas corre paralelo al río Torres, barrio Tournón, Costa Rica.
Imagen tomada de ojoalclima.com

En San Pablo, Brasil, el Parque Augusta (con 23 km de extensión) acaba de abrir como una nueva opción para un espacio verde dentro de la ciudad después de una lucha de años contra los grandes constructores que pugnaban por la construcción de proyectos habitacionales más rentables en ese espacio.

En noviembre de 2021 el gobierno del estado mexicano de Jalisco inauguró el “t”, a solicitud de los ciudadanos de la zona para “promover la biodiversidad y el adecuado manejo ambiental”.

En el valle de Aburrá, el área que rodea la región Metropolitana de Medellín, el gobierno local decidió combatir la polución y la falta de áreas verdes, aprovechando cada espacio urbano disponible. La ciudad busca sembrar miles de árboles en andenes, avenidas y espacios entre edificios y absorber cerca de dos mil toneladas de CO2 por año una vez que los árboles crezcan en los próximos 5 años.

Para combatir el cambio climático Argentina viene impulsando la creación de microbosques. Para la “Semana del Árbol”, la Fundación Club de Roma y Ford Argentina inauguraron un bosque nativo en un área de 625 m2 en la Planta Pacheco de Ford Argentina, con 120 ejemplares de especies autóctonas.

En la ciudad argentina de La Plata se creó la “Alianza Provincial contra el Cambio Climático” que busca la aprobación de proyectos (como el de promoción de microbosques) que se presentarán en esa ciudad y luego serán replicados en otros municipios.

Parque Augusta, San Pablo, Brasil. Imagen tomada de uol.com.br

Por qué importa:

Las ciudades están dando cabida a los microbosques, lo que permite a los habitantes urbanos volver a conectarse con la naturaleza y la vida silvestre gracias a la siembra de nuevos terrenos públicos verdes.

03

Criptonomía

¿Están las criptomonedas y los sistemas de finanzas descentralizados finalmente en el camino hacia la legitimidad?

Sin duda vienen transitando un proceso con altibajos, pero los movimientos recientes de los principales actores financieros y políticos pueden estar elevando el status de las monedas digitales como una opción de pago legítima y accesible. El Salvador se convirtió en el primer país en adoptar el bitcoin como divisa de curso legal. Elektra, la cadena de retail mexicana perteneciente al conglomerado Grupo Salinas, ofrece descuento del 20% para las compras con bitcoin en sus tiendas.

En este sentido, el uso de las criptomonedas se consolida con fuerza como tendencia en Argentina, debido a una inflación que complica la posibilidad de preservar el poder adquisitivo: esto convirtió a Argentina en el décimo país del mundo en volumen transaccionado con estas monedas digitales.

Un ejemplo de esto es la inclusión del sistema de criptomonedas en las billeteras digitales locales. La fintech argentina Lemon Cash lanzó la Lemon Card Visa, una tarjeta que permite combinar criptomonedas con pesos argentinos para efectuar pagos en comercios de la Argentina y en cualquier lugar del mundo.

La Haus (plataforma digital para transacciones inmobiliarias de origen colombiano) habilitó la opción de poder comprar o alquilar propiedad en todo Latinoamérica utilizando criptomonedas. En enero de 2022, una mujer peruana fue la primera en comprar un apartamento en Tulum (Riviera Maya) pagando enteramente en bitcoin.

La fintech uruguaya inBierto, puso en marcha el primer cajero de criptomonedas en ese país (Punta del Este), que registró más de 1.000 transacciones en las primeras horas de instalado. A raíz de ello, se sumarán más en Montevideo, Colonia y Chuy.

La criptonomia también se extiende hacia bienes digitales únicos. En 2021, los equipos de fútbol brasileños comenzaron a lanzar sus criptomonedas, conocidas como Fan Tokens (FTO). El valor de la moneda es establecido por el equipo y garantiza beneficios que van desde boletos para los partidos hasta el poder de votar sobre decisiones internas.

Atlético Mineiro fue el primer club brasileño en comercializar sus FTO llamados $GALO. El equipo entregó 830.000 tokens por el precio inicial de 2 USD y terminó recaudando R$4 millones, agotándose el primer lote en solo 8 minutos.

Por qué importa:

El “salvaje oeste” de las criptomonedas está siendo regulado y legitimado lentamente, abriendo la puerta a un futuro de economías digitales.

Izquierda: Imagen cortesía de Beloapp
Derecha: Fan Tokens. Imagen cortesía de socios.com

04

Un concepto de belleza inclusiva

Las marcas están redefiniendo radicalmente la industria de la belleza, una palabra a la vez.

En marzo de 2021, Unilever anunció que eliminaría la palabra “normal” de los empaques y la publicidad de sus marcas de belleza y cuidado personal, en un esfuerzo por volverse más inclusivos. “Con mil millones de personas que usan nuestros productos de belleza y cuidado personal todos los días, y aún más ven nuestra publicidad, nuestras marcas tienen el poder de marcar una diferencia real en la vida de las personas”, explicó Sunny Jain, presidente de belleza y cuidado personal de Unilever.

WUNDERMAN THOMPSON

Wunderman Thompson: Degree Inclusive

El desodorante inclusivo ideado por el equipo argentino de Wunderman Thompson para Degree (Rexona) de Unilever, fue galardonado con el Grand Prix de Innovación de Cannes: el producto hace que la aplicación del desodorante sea lo más accesible para todos.

Avon lleva años redefiniendo el ideal de belleza lejos de los estereotipos más tradicionales. Avon y Wunderman Thompson Brasil lanzaron “This Is My Color”, una nueva paleta de colores junto con la maquilladora Daniele da Mata, una de las principales expertas en piel negra en Brasil. Juntos, sintetizaron la gama más amplia posible de matices y tonos de piel negra en ese país. Bissú, la marca mexicana de maquillaje, incorporará en su contenido en redes sociales modelos de diferentes colores de piel que representen la pluralidad de la mujer mexicana.

La desaparición de lo “normal” en belleza va más allá. En Argentina, Miriam Nujimovich lanzó la marca de indumentaria Handy, luego de sufrir un ACV y necesitar ayuda para vestirse. La marca no se enfoca solo en los talles grandes sino en prendas súper cómodas y fáciles de poner y sacar, que pueden ayudar a ganar independencia a un público amplio y diverso.

En Chile, se desarrolló el primer desfile de modas inclusivo en el que participaron personas con capacidades diferentes. Esta iniciativa, organizada por tiendas Corona, como cierre de la 13ª Feria de Emprendimiento Inclusivo de Vitacura, tuvo la finalidad de rendir homenaje a una visión empoderada e inclusiva de la belleza.

Por qué importa:

Un nuevo léxico inclusivo está redefiniendo la industria de la belleza, dejando espacio para expresiones e interpretaciones de la belleza más individualizadas y tolerantes.

WUNDERMAN THOMPSON

Izquierda: Wunderman Thompson: Avon, This is my color
Derecha: Desfile Corona. Imagen cortesía de blogdeanizu

05

El auge de las superapps

China exporta su fórmula de "súper aplicaciones" a todo el mundo.

WUNDERMAN THOMPSON

Av. Paulista - Bela Vista, SP, Brasil. Imagen tomada de Unsplash

A pesar de que las superapps chinas se ven sometidas a medidas enérgicas antimonopolio por parte del gobierno, el fenómeno se va extendiendo y consolidando en el extranjero. Desde pagos con códigos QR interoperables, compras y entretenimiento en redes sociales, las apps en Latinoamérica suman servicios para dar respuesta a todas las necesidades de los usuarios en un solo lugar.

Según las últimas estimaciones del Statista Digital Market Outlook, el mercado latinoamericano y caribeño del comercio electrónico alcanzó un valor de ventas minoristas de 80.500 millones de dólares en 2021. Para 2025, se prevé que esta cifra supere los 105.500 millones de dólares. El informe indica que “ambos valores serían los más altos registrados para este sector, que continúa creciendo año a año. En 2020, la pandemia llevó a un auge sin precedentes de las ventas en línea, marcando un antes y un después en el mercado del comercio electrónico de la región”.

Según el Future Shopper Latam 2021 de Wunderman Thompson, las apps de delivery son el formato preferido para la compra de Alimentos (42%), pero también aparecen ya como tercera opción más probable en Farmacia y Salud (12%) mostrando el potencial que tienen como canal para articular la compra de proximidad dónde la respuesta en tiempo y conveniencia es una variable clave. Esta coyuntura empujó a las aplicaciones de entrega a diversificar su servicio e ir más allá de la entrega tradicional.

Lejos de limitarse al delivery de alimentos, el unicornio colombiano Rappi pudo crear varias verticales destinadas a resolver los problemas de los clientes: comprar medicamentos, comprar boletos de avión y hospedaje, enviar paquetes, pedir efectivo a domicilio, jugar juegos online, ver conciertos en vivo o tener una consulta con un médico vía videollamada.

Whatsapp Pay. Imagen tomada de Freepick

Esto ha permitido aún más el crecimiento de super apps. Whatsapp Pay llegó a Brasil, revolucionando la tecnología de pagos digitales en la región. En el caso de Mercado Libre, a la compra y venta de productos se le sumó la paleta de servicios financieros que ofrece su fintech asociada, Mercado Pago, que explotó durante la pandemia: de medio de pago a herramienta de créditos e inversiones, búsqueda de comercios barriales, entre otros.

Por qué importa:

Los gigantes tecnológicos chinos invirtieron temprano en plataformas del sudeste asiático y exportaron muchos de los conceptos de superaplicaciones pioneros. Ahora, muchos de estos conceptos están impactando significativamente en los mercados latinoamericanos.

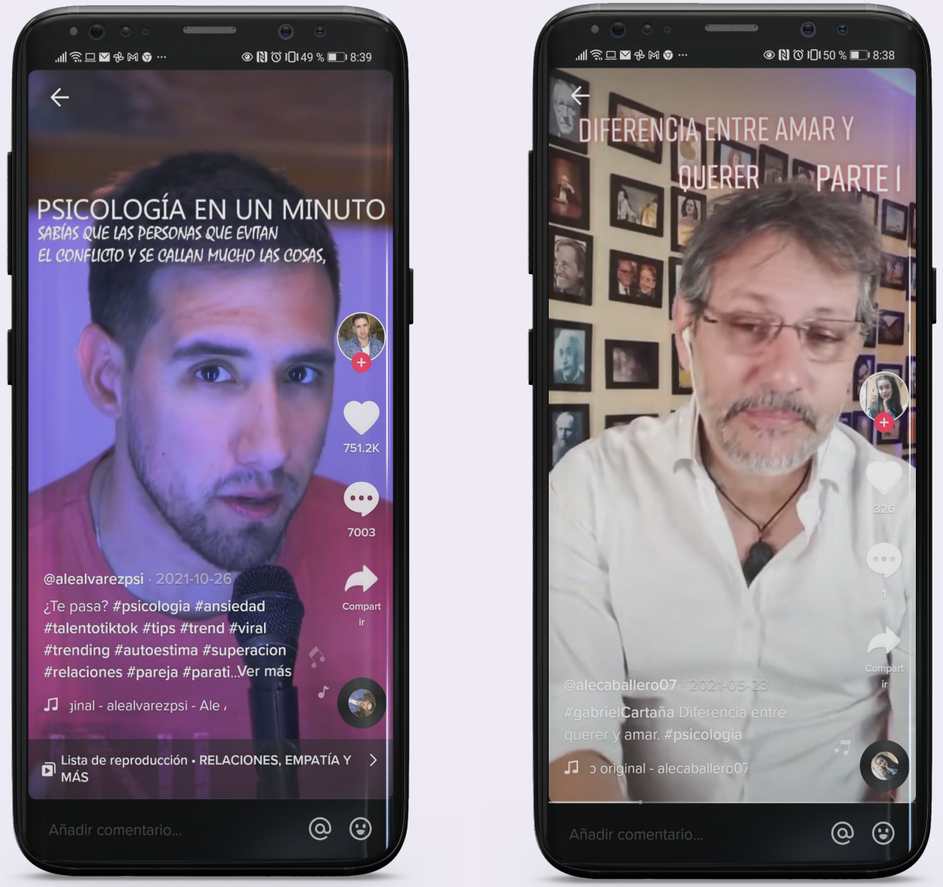
Terapia TikTok

La Gen Z está recurriendo a TikTok para obtener consejos sobre salud mental.

Los profesionales de la salud mental recurren a TikTok para ofrecer orientación a una generación ansiosa. Los terapeutas utilizan videos divertidos con edición, filtros, música pop y bailes para responder preguntas sobre el estrés, el trauma y la terapia, y ofrecen listas de formas para expresar emociones de manera saludable, lo que atrae a millones de seguidores y visitas. En la plataforma, el hashtag #saludmental lleva acumulado 3.5 mil millones de visualizaciones.

En Argentina, algunos psicólogos como @GabrielCartana (97.7K seguidores) y @alealvarezpsi (1.5M seguidores) crean videos con reflexiones diarias. Tienen secciones como “psicología en un minuto” y abren preguntas sobre temas comunes, especialmente de pareja y relaciones.

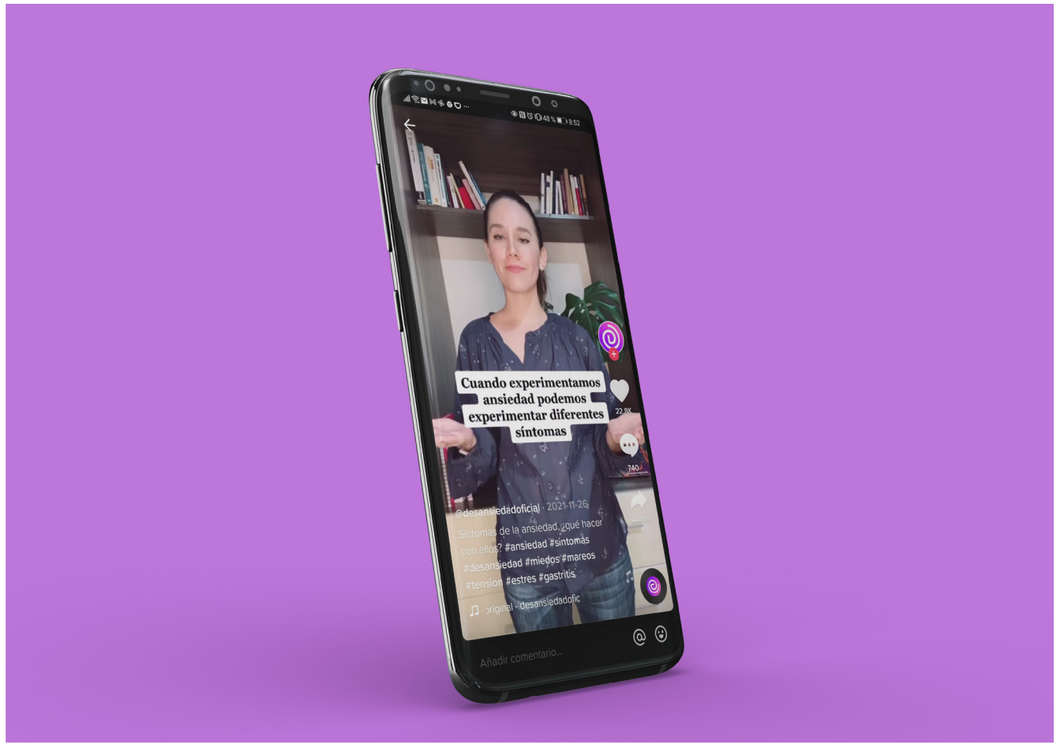
Renisson Costa Araújo es un psicólogo brasileño de 29 años que habla sobre salud mental y psiquiatría en las redes sociales. En sus videos cortos, responde las dudas de sus seguidores de una manera creativa y concisa, permitiendo que los jóvenes tengan acceso a información importante fácilmente y en un lenguaje que entiendan. Su cuenta de TikTok suma 152.9K seguidores y 1.5M de likes.



@Desansiedad es una cuenta de TikTok con 23.3k seguidores donde profesionales de la salud mexicanos hablan sobre las dolencias comunes que provoca la ansiedad, así como consejos para mejorarlas, además cuentan con cursos y libros gratuitos en su sitio web oficial y webinars, a los que se puede acceder suscribiéndote a su newsletter.

Por qué importa:

TikTok es la aplicación preferida de la generación Z, con un uso que supera a Instagram y Snapchat. Para una generación marcadamente abierta sobre la salud mental, la generación Z está legitimando la aplicación como una fuente de información, educación y asesoramiento profesional.



WUNDERMAN THOMPSON

Izquierda: @alealvarezpsi.@gabrielcartana. Imágenes cortesía de TikTok
Derecha: @Desansiedad. Imagen cortesía de TikTok

Microaventuras

Los viajeros ávidos encuentran en las aventuras locales una solución satisfactoria para sus ansias de aventura.

Los viajeros están encontrando formas únicas de relacionarse con la naturaleza localmente en excursiones más pequeñas y cortas y algunos estudios indican que estas microaventuras tienen un impacto en la salud mental y emocional tan grande como las escapadas tradicionales. Las microaventuras o “escapadas” son un formato ya consolidado en Argentina, pero que terminó de despegar con la pandemia.

Viajes breves (una o dos noches) a destinos a muy pocos kilómetros de las ciudades que incluyen alojamientos en lugares “seguros” desde lo sanitario, con poca circulación de gente y llegada en auto particular. Desde experiencias de dos días de golf, a turismo en estancias o estadías en hoteles dentro de countries en las afueras de la ciudad, crece el turismo de microaventuras. También es muy popular el “turismo de pueblos y parajes”, que ofrecen paisajes pintorescos con aires del pasado.

En México, Yucatán alberga varios sitios de turismo de microaventura, entre ellos el parque Kaal Mankal en Tekax Yucatán, que busca atraer a los amantes de la naturaleza, al mismo tiempo que ofrece cuevas, zona de camping, tirolesa y rappel para disfrutar de una par de jornadas. La propuesta tuvo gran crecimiento durante la pandemia, por estar ubicado a dos kilómetros de la cabecera municipal en la vía Tekax-Kancab.

Como país altamente visitado, Costa Rica ha sufrido la disminución del turismo extranjero a causa del COVID-19, como respuesta, el Instituto Nacional de Turismo lanzó una serie de guías turístico-culturales para promover microaventuras que permitan re-encontrarse con la cultura y la naturaleza local de 6 destinos principales.

Algo similar ocurre con “Chile Para Todos”. La campaña pretende motivar el turismo interno y sintonizar con ese deseo de aventura, naturaleza y gastronomía para conocer o ‘re’ conocer rincones del país.

Por qué importa:

Cuando la aventura extrema y los viajes tradicionales no son posibles, las microaventuras están demostrando ser un intercambio popular y satisfactorio para una escapada al aire libre. Las marcas pueden encontrar formas de presentar este hábito de viaje a sus consumidores, utilizando la nueva oferta para atraer nuevos clientes.

Izquierda: Parque Ecoturístico Kaal Mankal. Imagen tomada de Facebook
Derecha: Chile para todos. Imagen tomada de tradenews.chile.trave

08

Micro empresarios 2.0

Las personas están reevaluando su vida laboral, impulsando una ola sin precedentes de renuncias, cambios de carrera y proyectos personales.

Foto de Miriam Alonso. Imagen tomada de Pexels

Según el índice de tendencias laborales global de Microsoft, publicado en marzo de 2021, un 41% de las personas de todo el mundo consideraron dejar sus trabajos dentro del año siguiente, alcanzando al 54% en el caso de la generación Z. The Washington Post denominó el cambio como la “gran reevaluación del trabajo”.

Una encuesta sobre emprendedores y pandemia llevada a cabo por Ipsos, arrojó que en Chile, un 49% ve factible iniciar un emprendimiento en los próximos dos años, cifra que alcanza un 54% en adultos que tienen entre 35 y 49 años. En plena pandemia, Chile batió nuevamente el récord de creación de sociedades y nuevas empresas: un 14,4% más que en 2019. Es la cifra más elevada desde que se tiene registro desde 2013.

Un estudio de Randstad muestra que para el segundo semestre de 2021, el nivel de satisfacción laboral de los trabajadores argentinos se ubicó en 74,6%, lo que significa una reducción de 4,5% en el último año. La satisfacción alcanzaba casi el 80% en plena pandemia, “muy probablemente un sentimiento conservador frente a la incertidumbre”, indican desde la compañía a Forbes. El estudio muestra que en 2021 la situación cambió: el deseo de flexibilidad laboral se registró en el 49% y el 75% de los trabajadores dijeron estar listos para alcanzar un mayor equilibrio entre su vida personal y laboral. Además, el 81% afirmó tener mayor claridad sobre sus objetivos profesionales.

En México, la pandemia ha visto emerger la economía “NENI” acrónimo en español de Nuevas Emprendedoras de Negocios por Internet. Las NENI son mujeres trabajadoras que han desafiado los típicos roles clasistas y de género y aprovecharon la coyuntura de la crisis sanitaria en búsqueda de la independencia económica. Son microempresarias que trabajan con sus propios recursos y la mayoría opera sin oficinas físicas ni comercios.

Christina Woc in tech chat. Imagen tomada de Pexel

Algunas fabrican su propio producto, como jabones, velas perfumadas o bisutería, y crean pequeñas marcas; otras compran productos al por mayor y los venden al por menor a través de Internet.

Por qué importa:

Si en 2020 los consumidores re-evaluaron sus vidas y valores, en 2022 y más allá los veremos tomando medidas para que su trabajo esté más en línea con estos valores. Los empleados están examinando lo que quieren de una carrera y un lugar de trabajo, lo que podría provocar el “fin del lugar de trabajo tal como lo conocemos”, según Business Insider.

09

Retiros micológicos

Resorts y experiencias turísticas ofrecen un atractivo inesperado: viajes psicodélicos guiados.

@Jardy Lopes. Tomado de archivo personal

En Soltara Healing Center, un resort todo incluido en Costa Rica, las estadías se construyen alrededor de la ayahuasca, un té psicoactivo, utilizado bajo la guía de curanderos nativos Shipibo.

Silo Wellness en Jamaica ofrece ceremonias asistidas por el hongo alucinógeno psilocibina mientras que en el retiro de bienestar de psilocibina MycoMeditations (también en Jamaica) los huéspedes pueden disfrutar de un lujoso viaje de una semana con opciones de ceremonias psicodélicas guiadas por 10.500 dólares. La propuesta turística amplió sus paquetes en junio de 2021 incluyendo retiros de compañeros para amigos y familiares, con el fin de “mejorar su estado mental, la salud emocional y espiritual como una unidad”, dice Justin Townsend, director ejecutivo y facilitador principal de MycoMeditation.

El Ayahuasca también atrae turismo micológico en Brasil. La comunidad indígena Yawanawá de Acre creó el Festival Mariri, un retiro de 10 días de duración para enseñar su cultura a turistas de todo el mundo.

El evento permite a los visitantes sumergirse en la cultura Yawanawá a través de la música, la cocina, la pintura corporal y otras prácticas tradicionales, entre las que llaman mucho la atención las ceremonias con este té de efecto psicodélico.

Iquitos, en Perú, se ha convertido en un punto clave del llamado turismo esotérico. La razón es que esta zona está llena de vendedores de plantas curiosas al foráneo que prometen efectos alucinógenos. Dadas las raíces milenarias de México, también se ha convertido en un lugar con diversos retiros micológicos. Tepoztlán ofrece paquetes a ceremonias con medicinas ancestrales chamánicas que se adaptan de acuerdo a las necesidades de las personas de sanar su interior y exterior.

Por qué importa:

El turismo de bienestar y los viajes de lujo continúan superponiéndose a medida que los viajeros de lujo buscan no solo un escape físico y comodidades, sino también un reinicio mental y psicológico profundo.

Izquierda: Iquitos, Perú. Imágenes tomadas de Rainforest
Derecha: Foto de Stéfano Girardelli. Imagen tomada de Unsplash

10

Anuncios eufóricos

Los momentos de alegría mantienen el ánimo alto en la publicidad y el compromiso con la marca.

WUNDERMAN THOMPSON

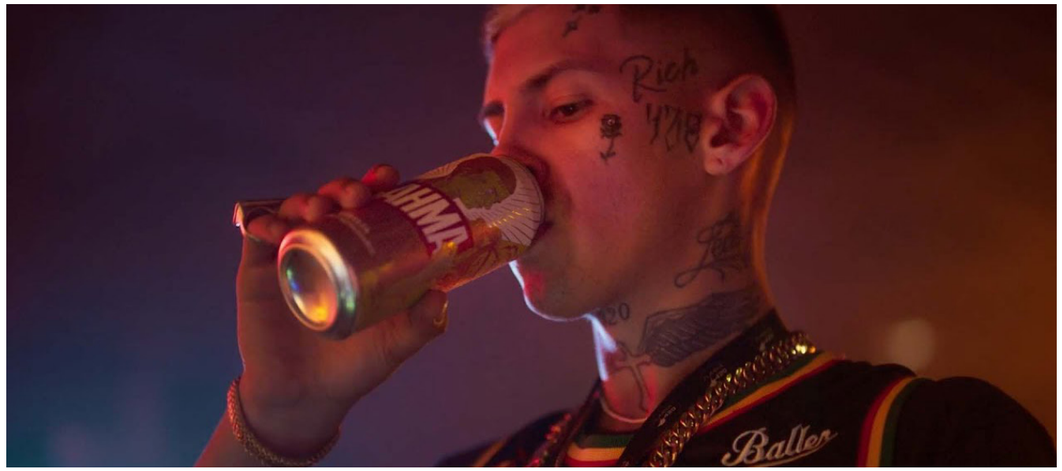
Wunderman Thompson: Coca-Cola, “Abecedario”

Los consumidores anhelan contenido consciente y más alegre para ver. Las marcas ahora están sintonizando sus anuncios con momentos edificantes y conmovedores, invitando al público a unirse a ellos en alegría y júbilo, sobre todo en época de fiestas.

Coca-Cola y Wunderman Thompson Brasil lanzaron “Abecedario” con el objetivo de impulsar un movimiento donde los adolescentes principalmente puedan utilizar las latas como su forma de expresarse mediante las plataformas digitales. La marca propuso una nueva versión con las letras del abecedario en sus latas y botellas para formar palabras y frases positivas y compartirlas con el mundo.
Aportando un momento pleno de euforia, la chilena Falabella presentó al cantante Chayanne en su anuncio de Navidad 2021. “Después de tanto, cuánta falta nos hacía la Navidad” es la propuesta, donde las familias muestran el desahogo y la felicidad de volver a estar juntos cara a cara.

La pandemia y las condiciones macroeconómicas locales han dificultado que las marcas levanten el ánimo bajo de las personas, incluso para las marcas de cerveza. En el caso de Imperial, la marca lanzó una campaña para invitar a la gente a “despegar” y descubrir la grandeza que hay dentro de ellos, mostrando al mismo tiempo, los logros y los desafíos de los emprendedores locales.

En Argentina, por su parte, Brahma celebra la música con un anuncio que resalta el buen momento de los artistas de ese país incluso fuera de sus fronteras, presentando a L-Gante, Lali Espósito y Bizarrap, mientras Paty prepara la previa de la hinchada del Mundial de Qatar con el sonido característico de la hamburguesa en la cancha.



Por qué importa:

Los consumidores buscan constantemente contenido auténtico y edificante. Los temas relacionados con el optimismo y la unidad son muy importantes. Las marcas que se enfocan en esos aspectos comunes generan reacciones positivas y aumentan el compromiso dentro de sus comunidades.

+WUNDERMAN THOMPSON

Derecha: Despegar y descubrir tu grandeza con imperial. Cortesía de Imperial/La República
Izquierda: Por nuestra música, Brahma. Imagen tomada de Insiderlatam

11

La economía nómade

A medida que el mundo se da cuenta de las posibilidades de trabajar de forma remota, está surgiendo una nueva economía para atender a los nómadas digitales.

WUNDERMAN THOMPSON

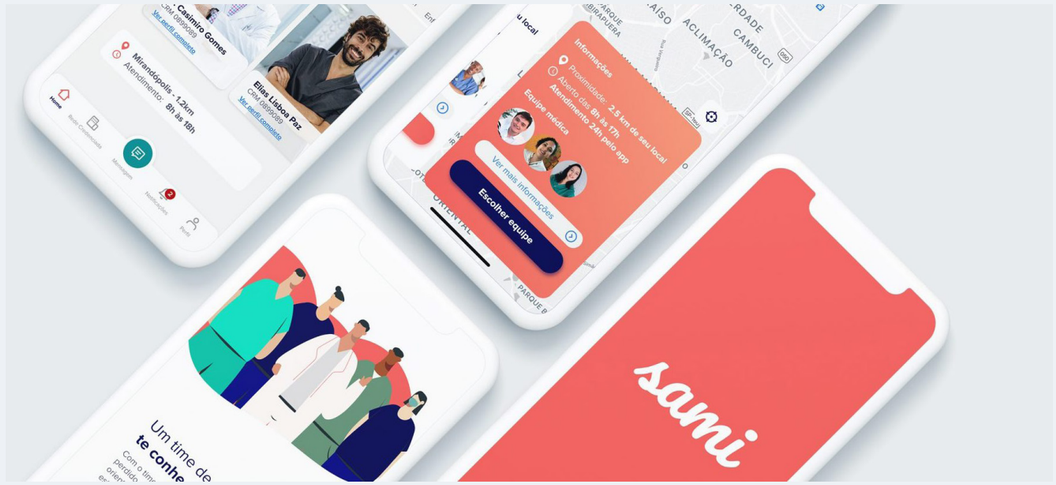
Superior: Imagen tomada de Shutterstock
Inferior: La República. Imagen tomada de Shutterstock

Los confinamientos impulsados por la pandemia obligaron a las empresas de todo el mundo a adoptar nuevos hábitos de trabajo que rompen con los esquemas tradicionales. Esto trajo aparejado una oleada de trabajadores remotos que pueden elegir trabajar en nuevas ciudades, estados o incluso nuevos países.

Ahora, está surgiendo una nueva economía que satisface sus necesidades. La startup Deel por ejemplo, enfocada en la gestión de la nómina para equipos remotos, desembarcó en México dispuesta a captar el interés del enorme mercado mexicano, convencida del beneficio hoy inobjetable, de poder contratar a cualquier trabajador sin importar el sitio en donde se encuentre.

La flexibilidad de la economía nómade está alcanzando a los profesionales de la salud. La empresa brasileña Livance ofrece oficinas completas en alquiler para citas puntuales a profesionales como psicólogos y nutricionistas. También en Brasil, la startup Sami ofrece planes de salud más a medida de las nuevas generaciones y su estilo de vida, incluso ofrece viajes gratuitos en Uber al consultorio médico.

Costa Rica aprobó recientemente una ley para “atraer a trabajadores remotos internacionales”, para incentivar a los nómadas digitales elijan el país como centro de trabajo, impulse el turismo y el trabajo local. Brasil también anunció una visa temporal para nómadas digitales por el período de un año. En un camino similar va Argentina. Para 2023, la ciudad de Buenos Aires busca atraer a unos 22.000 nómadas digitales, a través de un programa que une a Airbnb y más de 40 hoteles en búsqueda de capitalizar la economía nómade.



Por qué importa:

El futuro del trabajo no tiene fronteras. A medida que las empresas den un paso al frente para solucionar las complicaciones que acompañan a un estilo de vida transitorio, los nómadas digitales seguirán creciendo en número e influencia financiera.

Superior: Sami. Imagen cortesía de blog.samisaude.com.br
Inferior: Livance. Imagen cortesía de livance.com.br

12

Ellas se recuperan

Para combatir el impacto de la pandemia en las mujeres, el mundo del trabajo está intensificando las iniciativas que optimizan el lugar de trabajo de acuerdo a sus necesidades. ¿Qué están haciendo los lugares de trabajo para construir la recuperación?

Mujeres conductoras de uber. Imagen tomada de Revista Gana Más

En América Latina y el Caribe, se retrocedió más de una década en los avances logrados en materia de participación laboral, según un informe especial de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Según un relevamiento de Bridge The Gap en Argentina, 9 de cada 10 personas que tuvieron que reducir sus horas de trabajo fueron mujeres, el 67,5% de ellas manifestó problemas para compatibilizar tareas laborales y familiares.

La Red de Empresas por la Diversidad de la Universidad Di Tella presentó junto al Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires una “Guía de recomendaciones para el teletrabajo con perspectiva de género”, que busca evitar que la implementación de nuevos esquemas flexibles de trabajo profundicen las desigualdades de género procurando estimular el cuidado de su salud mental e iniciativas de desarrollo adaptadas a sus propias circunstancias personales.

WUNDERMAN THOMPSON

Tecfem.cl. Imagen tomada de Instagram

En México, Uber creó una función “Ellas” a nivel nacional que permite a las mujeres ser socias conductoras de la aplicación y aceptar viajes solo de usuarias autoidentificadas para mejorar la seguridad. La iniciativa nació con el propósito de aumentar la participación y la independencia económica en medio de la pandemia, adaptada a sus rutinas y necesidades.

En Chile nació Tecfem.cl, plataforma donde mujeres pueden publicar gratuitamente sus servicios como gasistas, electricidad o informática para contrarrestar la desocupación laboral femenina que creció en pandemia y para estimular la oferta de mujeres en este tipo de servicios.

Dado que Perú tiene una de las tasas más altas de brecha salarial de género en América Latina (29.6%), Scotiabank Perú con la ayuda de Wunderman Thompson Perú, y con motivo del Día Internacional de la Mujer, sorprendió a sus clientas que abrieron una cuenta sueldo el 9 de marzo: cada cliente femenina recibió un salario adicional del 29.6%, equivalente a la brecha salarial de género en el país con “Puntos Scotia” que se pueden usar como dinero real para comprar o canjear productos y experiencias.

Por qué importa:

Es probable que este impacto afecte a las empresas en los próximos años, lo que destaca la necesidad urgente de que los empleadores actúen ahora. Aquellas empresas que opten por adoptar políticas que valoren el trabajo de las mujeres y los cuidadores, así como el bienestar de los empleados, estarán mejor posicionadas para mitigar estos impactos.

13

Metatrabajo

Teletransportación, hologramas y avatares itinerantes: el futuro del trabajo ha llegado.

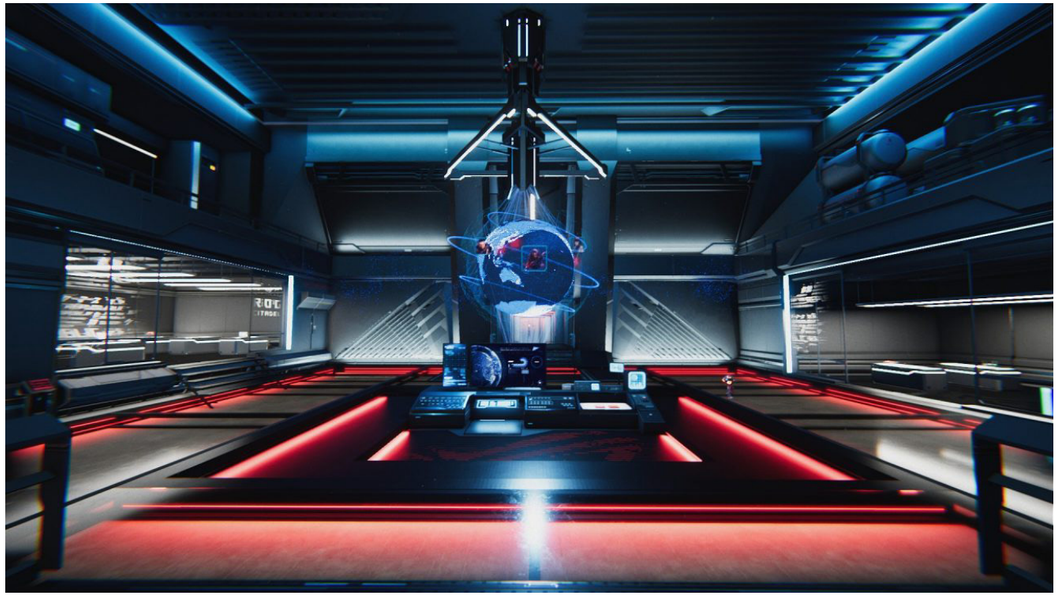
WUNDERMAN THOMPSON

Wunderman Thompson Metaverse en colaboración con Odissey

Las oficinas virtuales están tomando el control, ya que es probable que el cambio al trabajo remoto e híbrido llegue para quedarse.

En el marco de la CES 2022, Wunderman Thompson presentó su metaverso personalizado (desarrollado junto con Odyssey) para brindar a los clientes la oportunidad de descubrir más sobre esta nueva era para la experiencia del consumidor final. Los clientes pudieron unirse desde cualquier lugar del mundo para comprender las complejidades de este nuevo espacio y entender sus usos y oportunidades.

El Tec de Monterrey avanza con su Campus Virtual, donde los estudiantes asisten a clases con avatares personalizados. En este mundo virtual hay áreas verdes donde sentarse a conversar con amigos, auditorios, una cancha de fútbol, aulas, un faro y una playa donde tomar un descanso virtual.



Matías Benz, gerente de Marketing de ASUS Argentina le explicó a la publicación iProup que las realidades inmersivas “traen consigo oportunidades de negocios y formas en que las marcas pueden relacionarse con el público”, refiriéndose a ROG Citadel XV, una experiencia virtual inmersiva que tiene el look and feel de un videojuego. Los usuarios ingresan a un espacio interactivo en el que entran en contacto con los últimos productos que ofrece la marca.

La experiencia introduce al jugador en los personajes e historias en un universo visual donde un robot guía al usuario a través de cuatro salas de demostración temáticas para brindarle asesoramiento.

Por qué importa:

La forma en que nos conectamos, vivimos y trabajamos se está transformando gracias al metaverso.

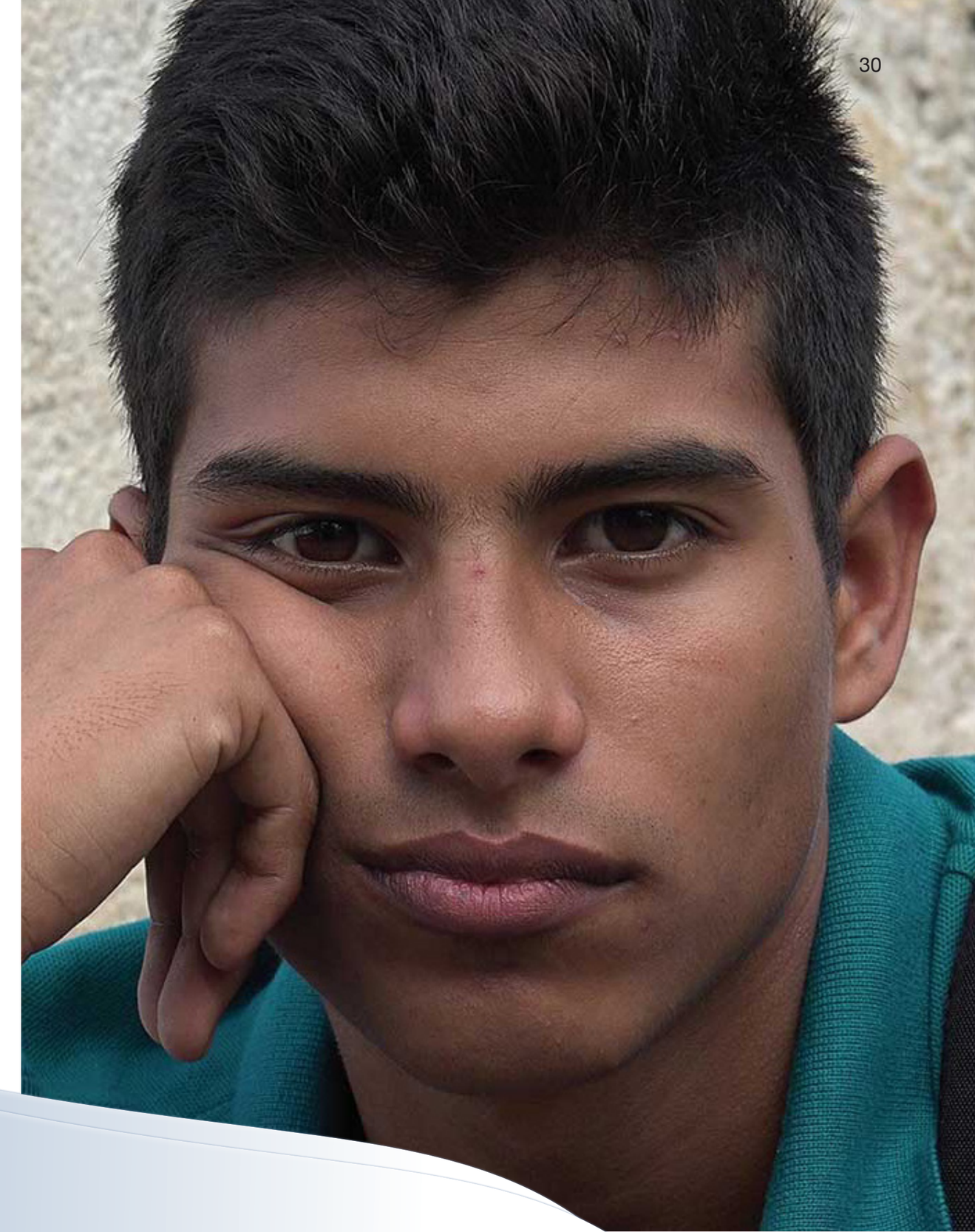
El futuro del trabajo fomentará una configuración híbrida para muchos, liderando con espacios de trabajo virtuales que generan nuevas formas de creatividad, colaboración e inmersión.

ROG Citadel XV. Imágenes tomadas de whatsonthestream

14

Fuerza laboral Gen Z

Las marcas re-enfocan sus estrategias de reclutamiento para atraer empleados de la generación Z y retenerlos a largo plazo.



WUNDERMAN THOMPSON

Imagen tomada de quepasamedia

“Los miembros de esta generación ven el mundo de forma diferente a las otras generaciones y ese punto de vista puede convertirse en una ventaja competitiva para quienes logren atraer y captar estos talentos”.

Alexandra Manera, Directora de Recursos Humanos de Adecco Argentina & Uruguay a la publicación iProfesional.

Hamburger University. Imagen tomada de arcosdorados.com

Las empresas buscan captar su atención, en sus propios códigos. Por ejemplo, las estrategias gamificadas tienen alta compatibilidad con estos perfiles, que se sienten cómodos con las dinámicas y entornos lúdico-digitales. N5 Now, una startup de origen argentino que desarrolla software para fintechs, bancos y aseguradoras, le dieron una vuelta creativa al proceso de búsqueda de talento: diseñaron a Pistacchio, un simpático gatito que mediante diferentes preguntas busca captar la atención de los usuarios de LinkedIn y poner a prueba al talento que busca oportunidades laborales.

Asimismo, en América Latina, los jóvenes requieren llenar un gap de habilidades y las empresas y marcas buscan contribuir en ese sentido.

Una encuesta de Wunderman Thompson encontró que el 80% de los jóvenes de edad entre 18 y 24 años están preocupados por encontrar trabajos que “sean compatibles con sus habilidades” y el 79% “está inseguro sobre su capacidad para mantener sus puestos de trabajo”.

En 2021, Arcos Dorados abrió su escuela de capacitación inter-empresa consede en Brasil (la “Hamburger University”) para dar cursos a jóvenes de toda la región de manera gratuita y online, en temas como Finanzas Personales, Inteligencia Emocional, Emprendedorismo, Atención al Cliente y Salud y Bienestar.

Por qué importa:
La visión de mercado que trae la Gen Z está en alta demanda. La contratación de jóvenes para puestos a largo plazo beneficia tanto al negocio a futuro de las marcas como a los propios jóvenes, que encuentran la capacitación y las oportunidades laborales que están buscando.

15

Farmacias de salud mental

Los clientes ahora pueden encontrar curitas, medicamentos y sesiones de terapia, todo en un solo lugar.

WUNDERMAN THOMPSON

The SHA Clinica de bienestar. Programa Post-COVID

Los responsables de una investigación de la Organización Panamericana de la Salud (OPS) referida en The Lancet Regional Health señalan que a un año del inicio de la pandemia, el 45% de los adultos de las Américas ya reportaban deterioros en su salud mental y emocional. Los trastornos que más aumentaron fueron la ansiedad y la depresión.

Para hacer frente al “efecto devastador” que la pandemia ha tenido en América Latina, la entidad recomienda incluir la atención de salud mental en los seguros médicos y reforzar de inmediato los sistemas de salud mental, con foco en la atención primaria, la educación y los servicios sociales, además de capacitar a trabajadores no especializados en la detección y manejo de trastornos mentales, y mejorar la infraestructura de los servicios de telemedicina. En Argentina, los servicios de medicina privados habilitaron sesión online de psicólogos para atender la emergencia y se crearon “mesas de contención psicológica” para quienes sufrieron por el “encierro” de la cuarentena.

Cuando comenzó la pandemia, la empresa brasileña Sul América perfeccionó su propia visión sobre la atención médica y pasó de ser una aseguradora de salud a un “Gestor de Salud Integral”, trayendo un enfoque más holístico y centrado en la salud mental. Facilitó el acceso a citas virtuales de psicólogos a través de su propia aplicación y difundió contenidos sobre el tema a los usuarios.

En México, Farmacias Similares, mejor conocida como Farmacia Simi, cuenta con una extensión llamada Simitel, la cual ofrece vía telefónica y entre otros servicios ayuda psicológica profesional vía chat con el chatbot del Dr. Simi.

Por qué importa:

La alineación de los servicios de asesoramiento con tratamientos y suministros médicos más tradicionales cambiará la forma en que los consumidores consideran sus necesidades de salud mental, cerrando la brecha entre la atención de salud física y mental.

Izquierda: LinkedIn sales solutions. Imagen tomada de Unsplash
Derecha: Farmacias Similares, México. Imagen tomada de infolat.news

16

Evolución en el deporte

Las atletas femeninas están rebelándose a las reglas obsoletas de las federaciones deportivas y desafiando las normas culturales asociadas.

Handball Argentina. Imagen tomada de handballargentina.org

En 2021, una gran cantidad de atletas rechazaron el sexismo inherente en el deporte, intentando alejar estereotipos pero al mismo tiempo poniendo en tensión lo que se espera de ellas en esos ámbitos.
La Federación Internacional de Handball tomó la determinación de excluir a la bikini como vestimenta para los equipos femeninos ante un reclamo de las jugadoras de la selección de Noruega, que querían vestirse como los hombres para jugar, ya que sentían que eran “sexualizadas” y quitaban el foco de su talento deportivo. En Argentina, la selección local del deporte no estuvo de acuerdo con la norma porque “impone qué usar y qué no”. El argumento de las jugadoras es que “quieren decidir qué usar, dado que se sienten más cómodas con menos ropa”.

Junto con Wunderman Thompson, Avon hizo historia en Brasil al asociarse con la mejor jugadora de fútbol del mundo, Marta, en un campo donde los patrocinios son radicalmente más pequeños que el fútbol masculino.

La famosa jugadora usó uno de los labiales de la marca durante los partidos, desafiando los estereotipos de género y las normas culturales en torno a las mujeres en el fútbol y los deportes en general. Después de Marta, las mujeres podrían sentirse más cómodas expresándose y resaltando su propia feminidad en un lugar donde eso está fuertemente supervisado y reglamentado.

WUNDERMAN THOMPSON

Wunderman Thompson: Avon, #HereToStay

Por qué importa:

Las divisiones de género aún están presentes fuertemente en el deporte, pero las atletas femeninas ahora están luchando contra la desigualdad.

Las marcas pueden ayudar a apoyar y elevar su lucha para derribar las barreras de género problemáticas, aprovechando la oportunidad para redefinir las normas culturales y, al hacerlo, impulsar la participación de las mujeres.

17

Tres destinos

Los tres principales destinos populares para 2022 ofrecen turismo sostenible, evitan multitudes y permiten disfrutar de maravillas ecológicas.

Zihuatanejo, México. Imagen tomada de Unsplash

Zihuatanejo

La ciudad de Zihuatanejo, ubicada en el estado de Guerrero, es la única mexicana listada en el top 5 de los destinos turísticos sustentables que uno debe visitar en 2022 según The New York Times. Las iniciativas y proyectos que ha creado en pro de la flora y fauna marítima son algunas de las razones principales. “La organización sin fines de lucro de conservación Ballenas de Guerrero ha ayudado a capacitar a los pescadores como guías de observación de ballenas, y el Campamento Tortuguero Ayotlcalli ofrece oportunidades para unirse a las patrullas de nidos de tortugas y liberar crías”, menciona el medio. Los habitantes evitan en gran parte la explotación animal que puede provocar la pesca para el consumo de los turistas y locales y están involucrados con iniciativas veganas. La ciudad recientemente se unió a un nuevo proyecto regional para proteger la cuenca del río Juluchuca, que comienza en el interior montañoso donde los huéspedes pueden tomar excursiones para explorar las cabeceras de una plantación de café y cacao.

Imbassaí

Es un paraíso costero desconocido justo al lado de las mejores playas de Brasil cuya búsqueda ha aumentado en un 250% en el último año entre quienes buscan seguridad, belleza y tranquilidad de acuerdo con Decolar, una de las agencias de viajes online más grandes de América Latina. En esta playa, ubicada en el municipio de Mata de São João, en el litoral norte de Bahía, se pueden encontrar posadas, resorts de lujo, restaurantes, tiendas y bares marcados por la sencillez, la tranquilidad y la hospitalidad típica de los bahianos. Uno de los tours en la región es el avistamiento de ballenas jorobadas, que solo se puede realizar entre julio y octubre. También vale la pena visitar la sede nacional de Projeto Tamar, referente internacional en el trabajo de conservación de tortugas marinas.

Millpu

Aunque aún no es un atractivo turístico muy promocionado, se trata de un paisaje que se ha ido abriendo paso al turismo y ganando popularidad entre los viajeros que vienen a contemplar los paisajes andinos. Millpu se encuentra en Ayacucho (Perú) y ofrece un espectáculo de cascadas, acantilados de piedra, riachuelos color esmeralda, cañones escarpados y pozas de aguas turquesas que conforman un atractivo digno de ver. El color único de las pozas se debe a la combinación de los rayos del sol y los minerales que aporta el río.

El recorrido se realiza a lo largo del borde de un cañón, lo que ofrece una gran vista panorámica de todo el lugar. Vale destacar que Ayacucho, la región donde se ubican las lagunas de Millpu, recibió en el último trimestre casi 100 mil visitantes, cifra muy alta considerando su capacidad turística de 7 mil personas.

Superior: Sao Joao, Brasil. Imagen tomada de Pexels
Inferior: Ayacucho, Perú. Imagen tomada de Pexels

18

Tres ingredientes

Los últimos ingredientes que llegan a las despensas y a las cocinas en 2022 son saludables para el cuerpo y el planeta.

Barú Nuts. Imagen cortesía de Shutterstock

Aguaymanto

El aguaymanto, también conocido como uchuva, es una baya originaria de los Andes con un sabor agridulce. La fruta está ganando popularidad por sus beneficios para la salud, que incluyen un alto contenido de antioxidantes, vitaminas A y C y minerales. Recientemente, la baya se abrió paso en el menú del restaurante latinoamericano más nuevo del hotel Freehand, Cómodo, que abrió en la ciudad de Nueva York en octubre de 2021. Restaurantes de todo LATAM y el mundo están presentando Aguaymanto en sus menús: Wachanko, votado como el mejor restaurante en la ciudad nororiental de Maceió en Brasil por la revista Veja, e incluso QOSQO, el restaurante peruano mejor votado en Portugal según TripAdvisor, también cuenta con Aguaymanto en sus platos. A principios de 2021, se informó que se exportaron más de 287 toneladas de aguaymanto, en su mayoría orgánico, a muchos países del mundo, lo que demuestra la relevancia de la fruta en la cultura peruana y en todo el mundo.

Barú

Después de años de valorizar los ingredientes amazónicos (como el açaí y el cupuaçu), ahora otro bioma brasileño está bajo el foco de atención por su biodiversidad. Barú es un tipo de nuez con valores nutritivos de superalimento que ha estado creciendo en restaurantes y menús de chefs famosos. Por ejemplo, Emiliano, el restaurante del prestigioso Hotel Emiliano en São Paulo, incluyó nueces de Barú en su menú de lujo “Experiencia”.

Todas las partes de la fruta, desde la nuez misma hasta las cáscaras y otras partes tienen diferentes usos que aportan al mundo culinario desde un ingrediente alimentario hasta bebidas espirituosas y cocteles. También tiene grandes usos en medicina. La importancia es también económica y política: la extracción y la elaboración son fundamentales para la economía local, que depende de la fruta como principal fuente de ingresos. De hecho, su crecimiento en comercialización está previsto en un 25% anual entre 2019 y 2029, según un artículo publicado en la revista de investigación de mercado Fact.MR.

Aguaymanto creciendo en la naturaleza. Imagen tomada de Pexels

Cochayuyo

Es un alga típica de las costas chilenas, que está ganando presencia en nuevos snacks, emprendimientos culinarios y menús de restaurantes en distintos tipos de preparaciones.

Presenta un alto valor nutricional de superalimento, destacando sus vitaminas, hierro, fibra, antioxidantes, calcio, alginato, entre otros. Funciona como un excelente complemento de proteínas y fibra en cualquier dieta, además tiene propiedades desintoxicantes y purificadoras, así como revitalizantes.

La empresa chilena Seaweed Place viene experimentando en diferentes productos para incentivar el consumo de esta alga, creando innovadoras propuestas como una ensalada instantánea, salsa boloñesa de cochayuyo e, incluso, chocolate con algas. Su más reciente lanzamiento es Yujoes, un snack saludable en base a esta alga.

A través de su cultivo, sería posible diversificar la obtención de biomasa de manera sustentable; al respecto, la ONU destaca que la acuicultura intensiva podría tener un efecto transformador en la forma en que alimentamos a la población mundial.

Yujoes. Imagen tomada de Seaweed Place

Sobre Wunderman Thompson
Somos una agencia, consultora, y empresa de tecnología que ofrece soluciones que van más allá del marketing y la publicidad.

Estamos enfocados en diseño estratégico, comprensión de negocio y transformación digital.

La inspiración, el trabajo en equipo y el crecimiento de negocio, son nuestras prioridades.

Sobre The Future 100
El pronóstico anual de Wunderman Thompson Intelligence presenta una instantánea del próximo año e identifica las tendencias más relevantes para mantener en el radar. El informe traza 100 tendencias en 10 sectores, que abarcan cultura, tecnología e innovación, viajes y hospitalidad, marcas y marketing, alimentos y bebidas, belleza, retail y comercio, lujo, salud y trabajo.

Emma Chiu
Global Director of Wunderman Thompson Intelligence

Para más información visita:
wundermanthompson.com/expertise/intelligence

CONTACTO
Ernest Riba
Chief Strategy Officer Latam of Wunderman Thompson
ernest.riba@wundermanthompson.com

EDITOR
Ernest Riba
Felipe Ritis

COLABORADORES
Cora Godoy, Pedro López, Felipe Sánchez, Melissa Hernández, Martín Nuñez, Francisca Miranda, Alonso Zamora, Stella Pirani, Felipe Ritis, Daniel Kiesel, Lucas Bianchini, Beatriz Cortez, Silvina More, Carlos Galicia, Víctor Garzón, Caro Black, Renzo Porcile, Martín Navarro.

DIRECCIÓN DE ARTE Y DISEÑO
Esteban Duque

+WUNDERMAN THOMPSON

mirum