



smart **TRENDS**



smartpoint

B ¡Buenas herramientas, buenas decisiones!
The right tools for right decisions!

smart **TRENDS**

DISEÑO:



alternativa

creatividad y comunicación

Queridos amigos,

Desde hace varios años nos enfrentamos a una profunda recesión económica que está cambiando no solo la forma de hacer negocios sino el entorno en el que vivimos. En este contexto de incertidumbre y volatilidad, se perciben algunas señales claras de transformaciones que están gestándose progresivamente y que cambiarán para siempre nuestras vidas. En este *Cuaderno* hemos tratado de identificar, analizar y resumir cuáles son esas principales tendencias que cambiarán el mundo en los próximos años.

Nuestro *Laboratorio de Tendencias* ha buceado en todos los proyectos de prospectiva que se están desarrollando por diferentes grupos de investigación y *think tanks* en el ámbito mundial (J. Naisbitt, T. Peters, Trendwatching, WGSN, Trends Research Institute, Frost & Sullivan, Gartner, TNS, etc.). La metodología de trabajo que hemos seguido ha consistido en identificar, evaluar, organizar, priorizar y resumir las principales ideas, aportando nuestra propia visión en la búsqueda de evidencias y en la obtención de conclusiones.

Es importante señalar que las tendencias que presentamos en este documento no son las que nosotros desearíamos sino las que pensamos que realmente van a suceder. Por otra parte, aunque se ha adoptado un enfoque global, hemos tenido especialmente en cuenta el contexto español y europeo.

Nos gustaría que esta aportación de Smartpoint no sea un trabajo puntual. Queremos que sea la primera piedra para la constitución de un *Foro de Prospectiva* que, desde una óptica positiva y movilizadora, y con la contribución de un grupo de especialistas multidisciplinares, contribuya a analizar en profundidad la forma y la intensidad en la que nos afectarán los cambios que se van a producir en el horizonte 2050.

Decía Einstein que "la crisis trae progresos, ya que es en ella donde nacen la inventiva, los descubrimientos y las grandes estrategias. Sin crisis no hay desafíos, sin desafíos la vida es una rutina, una lenta agonía. Es en la crisis donde aflora lo mejor de cada uno". Desde Smartpoint también somos optimistas y esperamos que esta panorámica de macro-tendencias globales contribuya a entender mejor nuestro mundo y a forjar una respuesta convincente a sus principales problemas y desafíos. Si somos capaces de anticipar el futuro, estaremos en mejores condiciones de aprovechar las oportunidades que nos ofrece.



smart **TRENDS**

- 1** REINVENCIÓN DEL GOBIERNO
La reforma del estado del bienestar.
- 2** LA ERA DE LAS CIUDADES
Auge de las *smart cities*.
- 3** EL GRAN SALTO
Grandes avances científico-tecnológicos.
- 4** EL ESCENARIO ES EL MUNDO
Profundización de la globalización.
- 5** UN MUNDO MÁS VERDE
Mayor concienciación medioambiental.
- 6** NUEVO MODELO DE TRABAJO
La persona como unidad de negocio.
- 7** TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD
La ética en el punto de mira.
- 8** AUJE DE LAS MUJERES
El poder es de las mujeres.
- 9** UN MUNDO DIGITAL Y MÁS CONECTADO
Nuevas formas de relación.
- 10** MICROSEGMENTACIÓN Y CUSTOMIZACIÓN
Foco en la diversidad de clientes.

REINVENCIÓN DEL GOBIERNO

La reforma del estado del bienestar.

El estado del bienestar va a sufrir en los próximos años una profunda reforma, debido a los fuertes déficits fiscales y al envejecimiento de la población. Al mismo tiempo, se está gestando un cambio en la forma de entender el gobierno por la ciudadanía que exigirá nuevos modelos de participación de la sociedad civil en la vida pública.

- El número de personas mayores de 65 años superará en 2045 al de menores de 15 años por primera vez en el mundo. Este hecho ya se produjo en 1998 en el ámbito de los países desarrollados, mucho más envejecidos.
- Las personas mayores de 60 años representaban el 8% de la población mundial en 1950; el 11% en 2009; y se espera que esta cifra alcance el 22% en 2050.
- Los retos sanitarios mundiales serán de gran magnitud, con una población mayor de 60 años de más de 2000 millones de personas en 2050, frente a 650 millones en 2010.
- El envejecimiento de la población y el fuerte desequilibrio entre ingresos y gastos públicos en los países desarrollados conducirán a reformas profundas del estado del bienestar, uno de los mayores logros del Siglo XX.
- Un ejemplo: en los Presupuestos Generales del Estado 2013 de España, la amortización e intereses de la deuda y la aportación para pensiones y desempleo representará casi un 60% del gasto total comprometido.
- En los próximos años, se probarán políticas fiscales y monetarias heterodoxas. La mayoría de los países desarrollados deberá combinar fórmulas de reducción del gasto y subidas de impuestos para poder hacer frente a los fuertes déficits acumulados.
- El alargamiento de la esperanza de vida y la insostenibilidad del sistema público de pensiones conducirán a un retraso de la edad de jubilación. En 2050 será normal trabajar hasta los 72-75 años.

- Las pensiones medias serán más bajas, debido a una disminución del importe máximo de las pensiones públicas y a la fijación de una pensión mínima de subsistencia.
- Se producirán cambios globales en los sistemas de pensiones, sustituyendo progresivamente aquellos totalmente públicos, por sistemas mixtos público-privados de capitalización voluntaria.
- Se prevén cambios globales en el estatuto de los empleados públicos, modificándose los sistemas de acceso y remuneración. Los puestos de los funcionarios perderán su carácter de inamovilidad y su retribución será variable en función de su aportación.
- En los próximos años, se incrementarán las subcontrataciones y las colaboraciones público-privadas, mediante las que los gobiernos buscarán mejorar la eficiencia y la flexibilidad, tanto en inversiones como en la gestión de los servicios públicos.
- La presión global conducirá a una demanda de mayor democracia y participación ciudadana. Mientras en 1950 sólo existían en el mundo 22 países con democracia formal, en 2012 son 120 los países con forma de gobierno democrática.
- La pérdida de credibilidad de partidos políticos tradicionales provocará cambios en su funcionamiento y en los sistemas de representación, tales como demanda de listas abiertas, circunscripciones más reducidas y ejercicio de mayor control por parte de los votantes.
- La sociedad civil se organizará en grupos de presión con creciente poder de influencia y participación en la vida pública, demandando cada vez más el establecimiento de mecanismos de control del gobierno y una mayor transparencia.



2

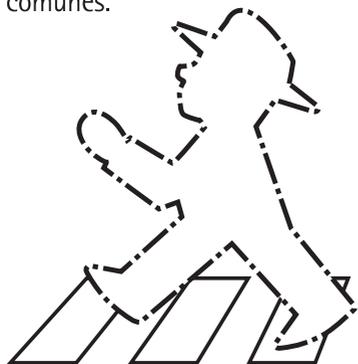
LA ERA DE LAS CIUDADES

Auge de las smart cities.

En el futuro, las ciudades incrementarán su autonomía y capacidad fiscal frente a los territorios o las regiones, compitiendo entre sí por la atracción de talento, empresas y capital. El uso intensivo de las tecnologías de la información y de las comunicaciones contribuirán a la creación de ciudades inteligentes, abiertas y centradas en el ciudadano.

- El fenómeno global de la urbanización es progresivo y constante. En el año 1800, sólo el 3% de la población mundial vivía en ciudades; en 1900, lo hacía el 14%; en 1950, había alcanzado el 30%; en la actualidad, la cifra supera el 50%; se estima que en 2025 más del 65% de la población vivirá en las ciudades.
- En las grandes ciudades ganará peso el individualismo, las familias monoparentales, los solteros, los casados sin hijos. Sin perjuicio de su disposición a colaborar, los ciudadanos serán cada vez más individualistas, exigentes, informados, interactivos e internacionales.
- Más de 15 millones de personas cambian de ciudad de residencia cada año en Estados Unidos. El poder de atracción de la localización será cada vez más importante para los jóvenes que, en lugar de buscar trabajo, elegirán primero una ciudad de su preferencia y posteriormente buscarán trabajo en la misma.
- Los factores que decidirán la ubicación de la clase creativa en una ciudad serán calidad de vida, tolerancia, diversidad cultural, arquitectura, ocio, estética y amenidades urbanas.
- Los ingresos medios de la China urbana son 3 veces superiores a los de la China rural, habiéndose duplicado desde 2000. Esta misma tendencia se observa en otros países emergentes, en los que las ciudades concentrarán cada vez mayor poder adquisitivo.

- Se prevé un incremento de la capacidad recaudatoria de las ciudades, en detrimento de las regiones. Las ciudades atraerán talento y capital, y éste contribuirá a reforzar su potencial económico y de innovación, generando un proceso circular y acumulativo.
- Las competencias y recursos gestionados por las ciudades serán crecientes, debido a su proximidad a los ciudadanos y a su capacidad para promover procesos de desarrollo gestionados de forma más participativa mediante nuevas formas de gobernanza.
- La competencia entre ciudades se basará, cada vez más, en atraer lo mejor hacia sus entornos: personas creativas, emprendedores, capital, empresas, trabajo, riqueza, cultura, notoriedad, eventos y turistas.
- Como consecuencia de esta competencia, habrá ciudades claramente ganadoras, ciudades relevantes de segundo nivel y entornos urbanos y rurales con mucho menor peso y poder adquisitivo.
- La incorporación masiva de las tecnologías de la información a las ciudades introducirá cambios positivos en la prestación de los servicios y en la interacción con el ciudadano (e-Administración, transporte, domótica, Big Data, internet of things, etc.).
- El uso intensivo de las TIC permitirá también un rápido intercambio de información entre gobierno municipal y ciudadanía y el impulso del diálogo democrático.
- Las *smart cities* desarrollarán soluciones tecnológicas avanzadas para facilitar la vida a los ciudadanos en aspectos tan diversos como eficiencia energética, transporte y movilidad urbana, cuidado del medio ambiente, coche eléctrico, conectividad, etc.
- Se formarán alianzas y coaliciones de *smart cities* en el ámbito global para favorecer el intercambio de conocimiento y el desarrollo de estrategias comunes.



3

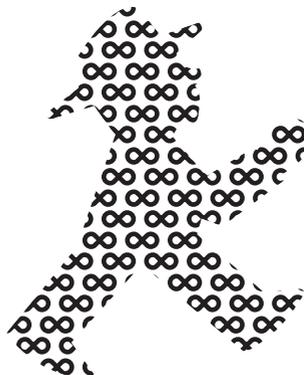
EL GRAN SALTO

Grandes avances científico-tecnológicos.

En los próximos 30 años se producirán extraordinarios avances en el campo científico y tecnológico, especialmente en biotecnología, medicina, nanotecnología, robótica, energía y telecomunicaciones, que mejorarán nuestra calidad de vida y pueden suponer un gran salto en la resolución de problemas de la humanidad.

- Las innovaciones tecnológicas que se producirán en el horizonte 2050 modificarán de tal manera nuestras vidas que sólo un cambio de mentalidad global de la población podrá asimilarlas (BT Technology Timeline).
- Los avances en biotecnología serán espectaculares. La investigación genética, farmacogénica y molecular permitirá superar antes de 2050 enfermedades como el cáncer, parkinson o alzheimer, desarrollando el cultivo de órganos propios y una medicina personalizada, alargando la expectativa de vida hasta los 100 años.
- La biotecnología aplicada a la agricultura permitirá superar la escasez de alimentos en el futuro para un mundo superpoblado, mediante el desarrollo de granos y vegetales genéticamente modificados y la creación de edificios cultivables o cultivos verticales.
- La nutracéutica generará un nuevo mercado creciente de productos alimenticios y complementos para la prevención y tratamiento de enfermedades.
- El desarrollo de la nanotecnología, que estudia el descubrimiento de nuevas propiedades de la estructura de la materia a nivel atómico y molecular para su aplicación a escala microscópica, será también impresionante.
- Se desarrollarán a gran escala redes de sensores sin cables, compuestas por millones de sensores que permitirán observar y controlar el tráfico, el tiempo, los edificios, etc.
- Antes de 2050 se desarrollarán nanorobots, máquinas microscópicas que viajarán por el cuerpo humano reparando células y órganos.

- Los avances en energía también serán considerables. Hacia 2050 se habrá consolidado la energía nuclear de fusión y la creación de nano-células solares permitirá que la energía solar sea una alternativa barata. El coche eléctrico será de uso habitual.
- También habrá numerosos avances en telecomunicaciones, transporte, nuevos materiales, aeronáutica y astrofísica. Por ejemplo, se espera que en 2025 los coches puedan ser pilotados automáticamente y que haya viajes turísticos al espacio exterior.
- El mejor conocimiento del cerebro y los experimentos que actualmente se están desarrollando permiten anticipar importantes avances, como las comunicaciones telepáticas y la transferencia de la información de un cerebro humano a una máquina.
- La robótica experimentará un extraordinario auge. En los próximos años se generalizará el uso de robots en los hogares. Hacia 2050, los robots serán tan inteligentes o más que los humanos.
- Estas innovaciones tendrán consecuencias positivas pero también acarrearán riesgos. Por una parte, pueden abrir una brecha todavía mayor entre países desarrollados y pobres. Por otra parte, suscitarán una amplia controversia sobre el acceso de los poderes públicos a la información y el derecho de privacidad de los ciudadanos.
- La Universidad de Cambridge acaba de crear el CSER -Centro de Estudio de Riesgo Existencial-, formado por un grupo de expertos multidisciplinares, para estudiar los riesgos de que la inteligencia artificial pueda suponer un peligro de extinción para nuestra especie.



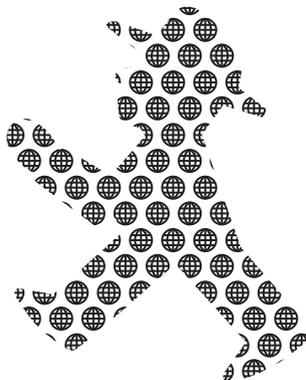
EL ESCENARIO ES EL MUNDO

Profundización de la globalización.

El incremento del comercio internacional, el crecimiento económico experimentado por los BRIC –Brasil, Rusia, India y China– y la irrupción de nuevos países emergentes, dinamizarán la economía mundial, ampliando la clase media global y generando nuevas oportunidades de negocio para las empresas que apuesten por la internacionalización.

- El comercio internacional ha crecido de forma relevante en el último decenio, a pesar de la crisis económica global y continuará haciéndolo en los próximos años.
- En el período 1991-2011, según datos de la OMC, mientras el crecimiento anual del PIB mundial ha sido del 3%, las exportaciones globales han crecido anualmente un 5,5%.
- En 2011, el comercio mundial de mercancías aumentó el 19% respecto a 2010, hasta alcanzar los 18,2 billones de dólares y superar así el nivel máximo alcanzado en 2008.
- Aunque el incremento de los precios de las materias primas y la crisis de deuda en Europa pueden introducir elementos de inestabilidad a corto plazo, las previsiones indican un importante aumento de la globalización y del comercio internacional.
- No obstante, el comercio internacional experimentará cambios geopolíticos. Las grandes desigualdades actuales (el 15% de la población mundial consume el 56% del total producido, mientras el 40% más pobre consume sólo el 11%) se verán corregidas paulatinamente por el incremento del peso de los BRIC y de nuevos países emergentes.
- Brasil, Rusia, India y China serán motores de crecimiento de la economía mundial. Estos países han cuadruplicado su PIB conjunto en los últimos 10 años.
- Los BRIC, con casi la mitad de la población mundial, representan en 2012 el 20% del comercio mundial, mientras hace sólo 10 años suponían apenas el 10%.

- En 2039, el PIB combinado de los BRIC podría ser superior al PIB del G7. En 2010, Brasil ha pasado a ser la séptima economía del mundo, superando a Italia. China superó a Japón como segunda economía en 2011 y en 2030 podría superar a Estados Unidos. Se estima que el PIB de India podría ser 30 veces mayor en 2050 de lo que es hoy.
- En las próximas décadas, según Goldman Sachs, se incorporarán a la economía global los Next-11, países en desarrollo con grandes poblaciones: México, Turquía, Egipto, Irán, Nigeria, Bangladesh, Indonesia, Corea del Sur, Paquistán, Filipinas y Vietnam.
- Entre 2012 y 2030, se estima que unos 2.000 millones de personas de los países emergentes entrarán a formar parte de la clase media global.
- Los mercados de países BRIC, con un crecimiento del consumo del 250% en la última década, serán los principales clientes de industrias como automoción, productos de lujo y turismo.
- Hasta 2020, la mayoría del crecimiento en la industria automovilística global procederá de los BRIC. En 2020, el 70% de todos los coches se comprarán en estos países.
- El número de turistas chinos en el mundo está creciendo constantemente, estimándose que dicha cifra alcanzará los 100 millones de personas en 2014.
- El inglés consolidará su posición como idioma global en el mundo de los negocios.
- Las empresas deberán afrontar la salida al mercado exterior como una oportunidad. Un ejemplo: en España, en los últimos 5 años, más de 25.000 nuevas empresas han salido a vender fuera, abriendo nuevos mercados y garantizando su continuidad.
- Las empresas que se internacionalicen deberán ser "glocales", es decir, globales pero sensibles a las particularidades de los mercados en los que operan.



5

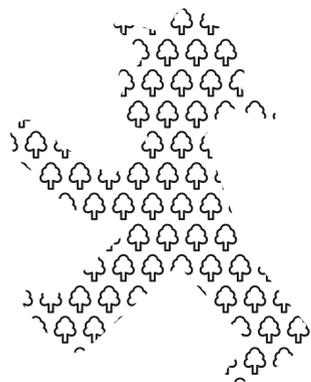
UN MUNDO MÁS VERDE

Mayor concienciación medioambiental.

El cambio climático se acentuará debido a la creciente emisión de gases de efecto invernadero. Pero, al mismo tiempo, se producirá una mayor concienciación por parte de gobiernos, empresas e individuos en torno a este tema, y se producirán avances tecnológicos que permitirán desarrollar soluciones a algunos de los problemas actuales.

- Según el IPCC -Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático-, el calentamiento del clima es inequívoco y constante, como evidencian los aumentos del promedio mundial de la temperatura, el deshielo generalizado y el aumento del nivel del mar.
- Las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero por efecto de actividades humanas, fundamentalmente dióxido de carbono, aumentaron un 70% entre 1970 y 2004 y continúan haciéndolo de forma constante, a pesar del Protocolo de Kyoto.
- El sistema climático mundial experimentará en las próximas décadas numerosos cambios: olas de calor, desaparición de glaciares, subida del nivel del mar, sequías, incendios, inundaciones, incremento de fenómenos meteorológicos extremos, etc.
- En el horizonte 2050 se desarrollarán soluciones tecnológicas disruptivas que ayudarán a aminorar los efectos del cambio climático, como pantallas solares espaciales, globos estratosféricos o creación artificial de nubes bajas marinas.
- Asimismo, se desarrollarán y perfeccionarán sistemas de captura y almacenamiento de dióxido de carbono, que evitará que parte del mismo llegue a la atmósfera.
- Dado el progresivo agotamiento de las reservas de petróleo y su impacto en el clima, el modelo energético del futuro se basará en la diversificación y el desarrollo más eficiente de energías renovables: solar, eólica, mareomotriz y geotérmica.

- La energía solar se desarrollará y perfeccionará, con múltiples aplicaciones domésticas e industriales: paneles solares, aplicaciones fotónicas, nuevos materiales magnéticos y nano-células solares harán que la energía solar sea una alternativa barata.
- La actual energía nuclear de fisión continuará siendo una alternativa barata durante muchos años. La tecnología se perfeccionará y aumentará la seguridad.
- Hacia 2050 se habrá consolidado la energía nuclear de fusión, mucho más segura y eficiente, lo que supondrá un salto cualitativo global hacia una energía limpia y barata.
- El coche eléctrico se generalizará en la próxima década, mejorando su tecnología. Más adelante, la pila de hidrógeno desterrará definitivamente el uso de gasolina o gasóleo.
- Gobiernos, empresas y ciudadanos estarán globalmente mucho más concienciados sobre la necesidad de respetar el medio ambiente. Habrá una lista amplia de delitos medioambientales que se sancionarán y serán socialmente condenados.
- La educación de los consumidores globales provocará una preferencia por lo "green", valorándose el ecoetiquetado y el reciclaje responsable e innovador.
- En los próximos años aumentará la demanda de alimentos naturales y ecológicos, respetuosos con el medio ambiente y se reducirá su diferencial de precio con otros alimentos. Los consumidores se agruparán para acceder a huertos de proximidad.
- Se desarrollarán nuevos modelos de construcción, más sostenibles y eficientes, que serán ampliamente aceptados por la población y configurarán un nuevo urbanismo.



6

NUEVO MODELO DE TRABAJO

La persona como unidad de negocio.

Lo habitual en el futuro no será el puesto de trabajo fijo en una empresa sino que cada persona será un profesional con una cartera de experiencias, trabajos y colaboraciones con varias empresas a tiempo parcial, por proyectos, con mayor libertad de actuación, pero con menor seguridad y protección laboral.

- Más del 60% de las empresas existentes en el mundo tienen un único empleado, el propietario. El 90% de las empresas tienen menos de cinco empleados, mientras que las grandes empresas, con más de 250 empleados, representan sólo el 0,3% del total.
- En los últimos cinco años, en Estados Unidos, las grandes compañías han destruido más de cinco millones de puestos de trabajo, mientras las microempresas han creado un número de empleos similar. En general, en el mundo, son las pequeñas empresas las que están generando empleo a costa de las grandes.
- Apenas un 10% de los trabajadores mundiales trabaja en una gran empresa y esta cifra se halla en progresivo descenso. ATT, por ejemplo, tenía 1,1 millones de empleados en 1983, mientras en 2011 sólo ocupa a 70.000 personas.
- En Estados Unidos existen en este momento más de cinco millones de profesionales que trabajan "free-lance" y su número progresa en rápido aumento.
- En 2011 existían 400 millones de nuevos emprendedores en 54 países. El fenómeno emprendedor es creciente en el ámbito mundial.
- Las personas desarrollarán una cartera de actividades formada por diferentes categorías de trabajo: trabajo remunerado, trabajo de voluntariado, trabajo de estudio o aprendizaje y trabajo doméstico.
- El talento es un factor clave y con importancia creciente. Se va a producir una sustitución de trabajos repetitivos, que pueden ser realizados por máquinas, por trabajos de mayor valor, basados en el conocimiento.

- El modelo de trabajo será diferente: serán las personas y su iniciativa las encargadas de llevar a cabo progresivamente las tareas que antes hacían las corporaciones.
- Las relaciones jefe-colaboradores se basarán más en la confianza y el conocimiento que en el poder y la autoridad.
- Se acentuará el efecto de la deslocalización: el trabajo se realizará allí donde se pueda hacer de forma más eficiente.
- El trabajador tendrá más libertad de actuación, pero también menos seguridad laboral. Cobrará cada vez más importancia el "personal branding" o desarrollo de una marca personal.
- Las organizaciones serán cada vez más *heterárquicas* -en red- que jerárquicas. El peso de los agentes sociales en la actividad económica disminuirá progresivamente.
- El modelo de trabajo predominante será cada vez más tipo Hollywood, generando un sistema complejo e interrelacionado de agentes "free-lance" que serán trabajadores del conocimiento.
- El panorama económico futuro se hallará conformado por una estructura con pocos gigantes en la cúpula -multinacionales-, una estrecha franja intermedia -grandes y medianas empresas- y una multitud de jugadores pequeños en la base de la pirámide.



TRANSPARENCIA Y RESPONSABILIDAD

La ética en el punto de mira.

La mayor exposición al escrutinio público por la inmediatez de la información, una mejor educación ciudadana y crecientes exigencias de ética conducirán a una fuerte demanda de la sociedad civil por una mayor transparencia y responsabilidad de gobiernos y empresas, así como al desarrollo de modelos de relación más próximos entre administraciones y ciudadanos.

- Habrá una exposición mucho mayor de empresas y gobiernos al escrutinio público, debido a la inmediatez y transparencia de internet y las redes sociales. Este examen social será permanente y pondrá a los líderes bajo la lupa.
- La pérdida de confianza en los gobiernos y la fuerte demanda de mayor transparencia y responsabilidad, provocarán cambios institucionales relevantes en los modelos de relación entre administraciones y ciudadanos. Esta evolución será progresiva y habrá momentos de fuerte tensión social.
- El nuevo modelo de gestión pública que se desarrollará en los próximos años estará basado en fórmulas de *Open Government*, caracterizado por el establecimiento de canales de comunicación y contacto directo entre la administración y los ciudadanos.
- Se producirá un cambio cultural que pondrá al ciudadano en el centro de la gestión, potenciando la administración electrónica y el suministro de toda la información pública necesaria para que ciudadanos y empresas puedan tomar mejores decisiones.
- Este modelo de relación generará nuevas oportunidades de negocio, como productos y servicios diseñados para hacer la información más relevante y útil para una diversidad de audiencias y la aparición de nuevos intermediarios de la industria de la información.
- Se generalizará en la mayoría de los países la adopción de los principios de responsabilidad pública y rendición de cuentas (*Accountability*).

- La educación será el tema clave en las próximas décadas, pasando a ser la inversión más demandada por los ciudadanos globales. La tasa de escolarización mundial, que ha aumentado constantemente en los últimos años (de 107 millones de niños sin escolarizar en 1998 a 61 millones en 2012), será prácticamente total en 2020.
- La responsabilidad social de las empresas será, cada vez más, un factor influyente en la decisión de compra del consumidor. Las marcas estarán más humanizadas y sujetas al escrutinio público, valorándose la autenticidad y penalizándose la falta de coherencia.
- Las empresas manifestarán una preocupación creciente por la creación de canales de escucha y de diálogo interactivo con sus grupos de interés.
- A pesar de la declinación de la pertenencia a ciertas organizaciones tradicionales, como sindicatos y partidos políticos, habrá un incremento del voluntariado. La participación de los ciudadanos en actividades sociales organizadas en los países desarrollados, que en la actualidad es del 60% de la población adulta, se incrementará.
- Las ONG's seguirán siendo muy importantes en el futuro. Pero sus donantes y colaboradores exigirán transparencia y sistemas de reporte permanente y detallado, controlándose mucho mejor sus actividades.
- El *crowdfunding*, cooperación colectiva en red para apoyar y financiar iniciativas de otras personas u organizaciones más desfavorecidas experimentará un fuerte crecimiento (microcréditos, micromecenazgo, etc.). Crecerá el número de emprendedores sociales.



AUGE DE LAS MUJERES

El poder es de las mujeres.

El segmento de las mujeres aumentará de forma relevante su capacidad adquisitiva y de prescripción en el ámbito global, especialmente en los países desarrollados, adquiriendo una cuota de poder e influencia similar, incluso superior, a la del sexo masculino.

- En 1911, la mujeres tenían derecho a voto sólo en dos países; hoy es un derecho globalmente reconocido. Aunque siguen existiendo barreras discriminatorias y un retraso en el acceso al conocimiento, especialmente en los países musulmanes, estas limitaciones cambiarán progresivamente, mejorando su situación en el mundo.
- 139 países, un 75% del total, garantizan constitucionalmente la igualdad de género, una cifra que en los últimos 10 años se ha incrementado casi un 60%.
- Según el Banco Mundial, la eliminación de barreras discriminatorias a las mujeres permitirá incrementar la productividad global hasta un 25% en los próximos 10 años.
- El porcentaje de mujeres que no dispone de ingresos propios en el mundo se ha reducido 11 puntos porcentuales en los últimos 15 años y continuará disminuyendo.
- Las mujeres aportan más de la mitad de los ingresos familiares en el 55% de los hogares de Estados Unidos. Cada vez es mayor el número de hogares formado por mujeres solteras.
- En el período 1970-2000, el ingreso medio constante de los hombres en Estados Unidos subió sólo un 0,6%, mientras que el de las mujeres lo hizo un 63%. Esta tendencia divergente continuará en los próximos años.
- La mujer toma la decisión de compra del 80% de los productos que se adquieren en los hogares de Estados Unidos (94% en muebles; 89% en viajes vacacionales; 75% en viviendas nuevas; 60% en automóviles).

- A pesar del incremento modesto de la presencia de la mujer en puestos directivos y en los Consejos de Administración, en los próximos años se producirá un salto cualitativo de su participación en la cúpula de las empresas y de los centros de poder.
- El número de mujeres universitarias ha aumentado en el mundo en los últimos años y continúa haciéndolo. Se prevé que en los próximos 10 años el número de licenciadas en los países desarrollados sea más de un 20% superior al de los licenciados.
- En la actualidad, más de 1.700 millones de habitantes de la tierra, es decir, un cuarto de la población del planeta, son dirigidos por una mujer presidente o primer ministro.
- Sólo en Estados Unidos hay 11 millones de mujeres propietarias de empresas que emplean a casi 20 millones de personas (uno de cada siete) y generan 2,5 billones de dólares en ingresos (similar al PIB de Alemania).
- En los recientes Juegos Olímpicos de Londres 2012, han participado 4.850 mujeres, lo que representa el 46% del total, la mayor representación de la historia de los juegos.
- Las mujeres mayores de 65 años serán un segmento importante para las firmas de moda. En Estados Unidos, este grupo gastará más en ropa que el de las jóvenes entre 25 y 40 años de edad.
- Este segmento demográfico de los mayores, con amplio y creciente poder adquisitivo, manifestará en los próximos años una clara propensión al aumento del gasto, especialmente en cirugía plástica, salud, alimentos ecológicos, educación, viajes y productos de lujo.



UN MUNDO DIGITAL Y MÁS CONECTADO

Nuevas formas de relación.

El incremento de la conectividad y la multiplicidad y abaratamiento de los dispositivos móviles, harán que las nuevas generaciones de nativos digitales utilicen internet, redes sociales y aplicaciones de forma masiva para sus actividades personales y profesionales: comunicación, información, ocio, formación, medio de expresión y canal de relación.

- La conectividad experimentará en la próxima década un crecimiento espectacular. En la actualidad, se visionan diariamente más de 2.000 millones de videos en Youtube; y el adolescente promedio envía más de 4.700 mensajes de texto por mes. Según Gartner, el tráfico IP a nivel mundial se cuadruplicará en 2016.
- En 2015, habrá más móviles que personas en el mundo (7.700 millones frente a 6.200), de los cuales el 80% serán *smartphones*, cuyo precio se reducirá. Las personas pasan un 11% de su tiempo *on line* a través del móvil y este porcentaje aumentará en el futuro. También crecerá el número de tablets y de otros dispositivos móviles.
- Hacia 2025, más de 5.000 millones de personas estarán interconectadas a través de aparatos móviles. En países emergentes, el móvil será la única forma de estar "on".
- La penetración de internet, que ha sido exponencial (desde 16 millones de personas en 1995 hasta 2.100 millones en 2011), continuará en próximos años. La nube facilitará acceso a una ingente masa de recursos y la participación social tenderá a aumentar.
- Internet es el canal preferido de ocio en la mayoría de los países, habiendo superado a la televisión, que perderá influencia según crezca la penetración de internet.
- Según un estudio de TNS, el 84% de los jóvenes está en redes sociales; el 47% escribe sobre marcas; el 80% se informa a través de internet y el 78% tiene en cuenta los comentarios que se hacen. Estos porcentajes aumentarán en próximos años.

- En 2012, la vida digital ocupa 18 horas a la semana. En 2025, ocupará 24 horas.
- El 84% de los internautas mundiales está en las redes sociales. Esta cifra aumentará en el futuro (200 millones de tweets por día en 2012 frente a 5.000 en 2007).
- Gartner prevé que en 2014 se descargarán más de 70 billones de aplicaciones. Las grandes empresas entrarán en este mercado que será muy lucrativo.
- La generación de contenidos en internet es continua y seguirá aumentando. El 26% de los usuarios escribe en un blog todas las semanas.
- El e-learning seguirá creciendo como metodología de formación, pero mediante nuevos modelos y formatos siempre disponibles y bajo demanda, como mobile, videolearning, TVlearn, realidad aumentada y social learning.
- El uso de dinámicas de juego para involucrar a los usuarios y transformarlos en seguidores será ampliamente adoptada por las empresas. En 2014, se prevé que más del 70% de las mayores empresas del mundo tendrán aplicaciones *gamificadas*.
- Se vaticina un gran futuro para los "Serious Games Factory", formación a medida desarrollada en dispositivos móviles y plataformas de juego como Nintendo o Playstation, previéndose un mercado global de 10.000 millones de dólares en 2015.
- Se utilizará cada vez más la información automática desde dispositivos móviles con ubicación, con fines comerciales, incluyendo premios y descuentos para el usuario.
- Se generalizarán y diversificarán los sistemas de pago electrónico.
- Como consecuencia de la conectividad y de la cantidad de información en circulación, crecerá la preocupación por la seguridad y privacidad de los datos personales.



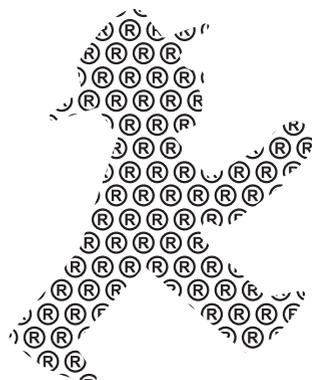
MICROSEGMENTACIÓN Y CUSTOMIZACIÓN

Foco en la diversidad de clientes.

Los clientes van a ser cada vez más exigentes, desconfiados, racionales e informados y demandarán mayor adaptación y trajes a medida. La tecnología y nuevos modelos de gestión posibilitarán la existencia de productos y servicios más individualizados, desarrollando multiplicidad de opciones para todos los segmentos del mercado.

- La gestión empresarial va a seguir centrándose en el cliente, pero el mercado se segmentará en nichos mucho más pequeños, debido a la demanda de customización y a que internet y las redes sociales harán posible que los productos raros, especiales, de baja tirada sean rentables (teoría del "long tail" o larga cola).
- El cliente tendrá a su disposición multiplicidad de opciones, estará más informado y será más exigente y desconfiado hacia las marcas.
- Los mensajes ya no estarán bajo el control exclusivo de las marcas. El 62% de los internautas da más credibilidad a un extraño del otro lado del mundo que a lo que una marca desconocida le dice. Esta desconfianza tenderá a aumentar.
- Habrá cada vez una mayor convergencia y complementariedad entre canales *on line* y *off line*. El 80% de internautas busca información *on line* antes de adquirir un producto o servicio. Mucha gente deseará compartir consejos y experiencias sobre las marcas.
- Los consumidores aceptan que haya marcas en redes sociales, pero siempre que las busquen ellos. No desean ser molestados y las marcas deberán encontrar la manera de acercarse al cliente en un medio donde éste controla el mensaje y quiere seguir haciéndolo.
- Tendrá una importancia creciente la gestión de la reputación corporativa y de las relaciones públicas *on line*. Las marcas que logren convencer a un cliente lo fidelizarán.

- Frente a los estudios de mercado tradicionales, habrá un predominio de nuevas técnicas de análisis comercial, como la investigación etnográfica, el marketing analítico y la medición del ROI -retorno de la inversión comercial-.
- El *neuromarketing* experimentará un auge en los próximos años. Un mejor conocimiento del funcionamiento del cerebro permitirá a las marcas desarrollar estrategias multisensoriales, creando experiencias únicas para los consumidores, siempre que no lo perciban como una manipulación.
- El precio seguirá siendo un factor decisivo para un consumidor racional e informado. Internet y las redes sociales aportarán una transparencia mucho mayor en precios.
- Los clientes valorarán opciones "low cost", como el "recommerce", o vuelta de la segunda mano, con un mercado de gran volumen global y las compras con descuento en grupo, que crecerán mucho en el futuro.
- Se desarrollarán nuevas estrategias de fijación de precios innovadoras, como el modelo "freemium", que permite diversas opciones de precios adaptadas a las necesidades y capacidad adquisitiva de diferentes perfiles de clientes.
- Los internautas demandarán resultados más personalizados de los buscadores que, para no perder peso frente a las redes sociales, presentarán no las páginas mejor indexadas, sino aquellas que se ajusten más a los intereses de los usuarios.
- Las marcas realizarán un seguimiento permanente de las redes sociales, no sólo para atender mejor al cliente sino para escuchar y canalizar sus quejas y demandas.
- Las marcas utilizarán cada vez más a los clientes como fuente de inspiración y de creación conjunta de productos y servicios basados en sus preferencias.





B ¡Buenas herramientas, buenas decisiones!
The right tools for right decisions!

PRINCIPALES FUENTES UTILIZADAS:

- o Anthony Giddens ("Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización").
- o Bain & Company ("The great eight trillion-dollar growth trends to 2020").
- o Banco Mundial ("Informe sobre igualdad de género y desarrollo 2012").
- o British Telecom ("BT Technology Timeline").
- o Charles Handy ("La pulga y el elefante").
- o Élogos ("El estado del arte de la formación en España 2010").
- o Faithpopcorn BrainReserve ("What's popping for 2012?").
- o Frost & Sullivan Consultants ("World's top global megatrends to 2020").
- o Fundación Telefónica ("¿Qué son las smart cities?").
- o Futuro y Prospectiva ("inngeniar-futuro.blogspot.com.es").
- o Gartner ("Predicts 2012 Analysis" y diversos informes adicionales).
- o GEM 2011 (Global Entrepreneurship Monitor).
- o Institute of Social and Ethical Accountability ("Governing collaboration").
- o Instituto Juan de Mariana ("El fin del estado del bienestar").
- o IPCC ("Informe 2007 Grupo Intergubernamental de Expertos sobre Cambio Climático").
- o John Naisbitt y Patricia Aburdene ("Megatendencias").
- o James Lovelock ("La venganza de la tierra").
- o Jim O'Neill ("El mapa del crecimiento").
- o José Manuel Casado ("Gigonomics").
- o Lynda Gratton ("Prepárate. El futuro del trabajo ya está aquí").
- o Manuel Villoria ("Open government").
- o Massachusetts Institute of Technology ("MIT Technology Review").
- o McKinsey ("What happens next. Five global mega trends").
- o OCDE ("Panorama de la educación 2012: Indicadores de la OCDE").
- o OCDE ("Schooling for Tomorrow. The Starterpack: Futures Thinking in Action").
- o OMC ("Informe sobre el comercio mundial 2012").
- o ONTSI ("Informe anual de los contenidos digitales en España 2012").
- o ONU ("El progreso de las mujeres en el mundo 2011-2012").
- o Open Government Partnership ("Open Government Declaration 2011").
- o PNUD ("Informe sobre el desarrollo humano 2011").
- o Population Reference Bureau ("Evaluación de los avances logrados por la mujer").
- o PwC ("Ciudades del futuro").
- o Research Institute of Organic Agriculture ("The world of organic agriculture 2012").
- o Richard Florida ("Las ciudades creativas").
- o Scientific American ("7 radical energy solutions").
- o TNS ("Digital life 2011").
- o Tom Peters ("Tendencias").
- o Transparency International ("Corruption Perceptions Index").
- o Trends Research Institute ("Top 12 trends 2012").
- o Trendwatching ("Las 12 tendencias clave de consumo para 2012").
- o WGSN ("Fashion Trend Forecasting and Analysis").



CONSULTORÍA ESTRATÉGICA Y TRANSACCIONES

 Joaquín Costa 9, Primero 50001 Zaragoza 976 797 726

 Zurbano 45, Primero 28010 Madrid 911 430 365

JORGE PARRA jparra@smartpoint.es OSCAR LOBERA olobera@smartpoint.es

www.smartpoint.es



smart **TRENDS**