

Los estudios y análisis que hacemos en Consumer Truth sugieren que **los adolescentes y jóvenes peruanos son indefinidos en ciertas cosas y muy definidos en otras**. Sus talentos pueden venir de distintas formas, y bajo su óptica estos son muy útiles para distintas actividades, muchas de las cuales eran poco apreciadas o no existían en el pasado. Por lo cual, muchas veces los podemos ver haciendo cosas que en apariencia “no pueden tener sentido” o que su tiempo lo usan en cosas “poco útiles”, pero para su generación si le encuentran valor. Más aún, si su trabajo propone la **inclusión de lo distinto y nuevo, que lo haga único y más valorado**. Además, son parte de una generación que vive en lo digital, mucho de lo que hacen no es tangible en el mundo real, pero si es “tangible” en el mundo virtual. Esto trae **nuevos desafíos a las marcas** y en particular aquellas que busca atraer/conectar al adolescente de hoy bajo términos distintos a los convencionales.



¿Por qué deberías contar con este Reporte?



FUTURO

Una marca que no es capaz de imaginar su futuro, es incapaz de reinventar su negocio. Hay que diseñar/ pensar el futuro de manera estratégica.



INNOVACIÓN

Los cambios sociales, culturales y humanos marcan la evolución de los mercados; son oportunidades para la innovación del negocio y conexión con el consumidor/cliente.



DISRUPCIÓN

Se trata de cultivar una mirada de negocios menos estereotipada, más humana y más real de los mercados.

¿Qué tendencias se discuten en el Reporte?



JUMPERS

Saltan mentalmente sin moverse de lugar. Multitaskers. Velocidad. Inmediatez
“Si no cambio, no existo. Lo que peor que puede pasar es quedarte en el mismo lugar”



IDENTIDAD DIVIDIDA

La identidad real y virtual se entremezclan
“No soy yo sino la suma de TODAS mis redes sociales”



DOERS CON CAUSA

Desean ser protagonista activos de la historia y no receptores pasivos
“Hago las cosas porque me dijeron que no podía hacerlas”



BROADCAST YOURSELF

No necesitan de una productora, crean sus propios contenidos y son dueños de sus propias historias
“Para Internet no hay casting: Me grabo, luego existo”



DESETIQUETADOS

Mutación permanente
“Apenas creas que me estás entendiendo, ya me moví de allí”



VISUAL THINKING

Lo que no pueden decir con palabras lo dicen con imágenes
“Hay un meme para todo”

Este es un Reporte de aproximadamente **100 viñetas** conteniendo expresiones de las tendencias y sus implicancias al marketing. Además incluye un **Workshop de Activación** con el equipo estratégico del cliente