



**THE
SPROUT**
REPORTE
TENDENCIA

BETTERNESS
TENDENCIA 2023

CONTENIDO

Principales aspectos & valores	pág. 03
Nuevas demandas funcionales, emocionales e identitarias	pág. 07
Facetas de la tendencia & oportunidades para innovar	pág. 09
Drivers que impulsan la emergencia de la tendencia	pág. 41

TENDENCIA 2023

BETTERNESS

ESTAR RADICALMENTE MEJOR SERÁ UN OBJETIVO PRIORITARIO EN EL FUTURO. DESARROLLAR EL BIENESTAR PERSONAL Y COLECTIVO SE VOLVERÁ UNA ACCIÓN FUNDAMENTAL PARA CONTRARRESTAR EL IMPACTO NEGATIVO DE LA DINÁMICA SOCIAL, POLÍTICA Y ECONÓMICA. LA DEMANDA DE LAS PERSONAS POR OPTIMIZAR SU RENDIMIENTO FÍSICO, ACTIVIDAD COGNITIVA Y BALANCE EMOCIONAL LLEVARÁ A LA ADOPCIÓN DE HÁBITOS DE CONSUMO MÁS SEGUROS, SALUDABLES Y CONSCIENTES. LOS ASPECTOS DE LA SALUD, NUTRICIÓN, BELLEZA, SEXUALIDAD Y PSICOLOGÍA SE ABORDARÁN DESDE UNA PERSPECTIVA INTEGRADA. DISTINTOS SECTORES Y DISCIPLINAS CONVERGERÁN PARA DISEÑAR PRODUCTOS, SERVICIOS Y EXPERIENCIAS QUE TRANSFORMARÁN LA NATURALEZA HUMANA DESDE LA RAÍZ.

LA TENDENCIA BETTERNESS ANTICIPA LOS COMPORTAMIENTOS, VALORES Y DEMANDAS QUE MODIFICARÁN LA MANERA DE VIVIR Y CONSUMIR EN LOS PRÓXIMOS TRES AÑOS.



ENVEJECER MEJOR

AUTO-PRESERVACIÓN

BALANCE PSICOFÍSICO

EMPATÍA SOCIAL

SEXUALIDAD SUBVERSIVA

[VALORES QUE GUIARÁN LAS DECISIONES DE LAS PERSONAS]



Una visión holística del bienestar emerge e integra los atributos de la salud, nutrición, belleza, sexualidad y psicología de los individuos. Las personas buscarán lograr un balance saludable entre todos los aspectos de su vida para alcanzar el mayor potencial humano. Betterness expresa el deseo de estar mucho más que bien, el objetivo es estar radicalmente mejor.

Las micro-experiencias de bienestar impregnarán transversalmente a todos los públicos y ámbitos sorteando los límites sociales, culturales y económicos. Adquirirán protagonismo los productos y servicios accesibles de una manera directa, simple y *on demand*, para brindar autocuidado en todo momento.

El deseo de lograr mayor longevidad sin perder vitalidad y libido llevará a la ambición de alterar la biología humana para incrementar la performance física y mental. Terapias que actúan sobre las fibras más profundas del cuerpo humano para potenciar su rendimiento se complementarán con tecnologías que permitan medir con exactitud hábitos, biomarcadores, patrones epigenéticos y ADN personales. Los programas nutritivos y de entrenamiento psicofísico estarán 100% adaptados a la persona.

El interés por conocer los indicadores biológicos y psicológicos asociados a la salud llevará a la adopción de dispositivos domésticos y personales de medición. Para adaptar al instante los productos, servicios y experiencias, se construirá un perfil dinámico del individuo con la combinación, en tiempo real, de datos recolectados por el mismo usuario con otros provenientes de su comportamiento en el mercado y la sociedad.

La intersección de disciplinas dará origen a una oferta de productos híbridos en su tipología, multifuncionales y con propiedades aumentadas. La fusión de los sectores de medicina, alimentos, sexualidad, biología, fitness, moda, arquitectura, diseño, cosmética y salud mental inaugurará una nueva era del bienestar con infinitas oportunidades de negocios.

Los espacios medioambiental y emocionalmente saludables serán una condición para desarrollar una vida sana. La naturaleza impregnará los



ámbitos domésticos, de trabajo y esparcimiento para expandir sus beneficios. Será un hecho la preferencia por productos y servicios con impacto cero, que además aseguren la regeneración del medioambiente, extendiendo el concepto de bienestar a todo el ciclo de la oferta. Este escenario consolida la demanda por experiencias saludables, auténticas, sustentables, seguras y que aporten felicidad.

Reforzar la inmunidad emocional e incrementar la lucidez mental frente a un contexto nocivo será una demanda creciente. El aumento de las enfermedades mentales (estrés, ansiedad, déficit de atención) resultado de la adicción a los dispositivos y los niveles de agresividad social, disparará el deseo de evasión. Reducir los niveles de tensión de una persona será un requerimiento para lograr receptividad a la hora de transmitirles un mensaje de marca.

La búsqueda por hallar momentos estimulantes que permitan “reiniciar” estructuras mentales y emocionales llevará a la indagación sobre terapias subversivas e inmersivas que jueguen con una compleja combinación de estímulos físicos, cognitivos y emocionales. Betterness implica superar los propios límites.

Las experiencias analógicas mediadas por la interacción humana seguirán teniendo la cualidad de ser transformadoras para las personas, mucho más que cualquier tipo de acción en la dimensión digital. La construcción de círculos de apoyo se convertirá en una necesidad creciente para contrarrestar el sentimiento de soledad y tender una red segura frente a un contexto amenazante.

El sexo se convertirá en una acción para lograr beneficios orientados al propio bienestar y perderá en forma gradual su carácter de tabú. Emergerá progresivamente el deseo de reconectar con la intimidad de manera individual frente a un entorno dominado por una extrema, extroversión, sexualización y exhibicionismo.

El anhelo de lograr bienestar más allá de la existencia física llevará a las personas a querer alinear los valores de la vida y la muerte. Diseñar el momento final y el cómo ser evocados en una potencial eternidad, será una tarea que integrará recursos culturales, biológicos y tecnológicos.



NUEVAS DEMANDAS FUNCIONALES, EMOCIONALES E IDENTITARIAS

Optimizar el cuerpo y sus funciones biológicas para incrementar el rendimiento.

Lograr el control y balance de las emociones frente a contextos nocivos.

Adquirir lucidez y mejorar la salud cognitiva.

Desarrollar una inteligencia nutricional que potencie la naturaleza personal.

Acceder a mayor cantidad de datos biológicos para tomar mejores decisiones.

Habitar entornos medioambientalmente saludables.

Lograr un descanso de calidad para contrarrestar la fatiga y el estrés.

Controlar la adicción a los dispositivos digitales con períodos de evasión.

Elegir experiencias saludables, sustentables, auténticas, seguras y que aporten felicidad.

Reconectar con la intimidad individualmente a través de prácticas sexuales alternativas.

Alinear los valores de la vida y la muerte.





BETTERNESS

FACETAS DE LA TENDENCIA & OPORTUNIDADES PARA INNOVAR

AL ANALIZAR EN PROFUNDIDAD CÓMO LA TENDENCIA BETTERNESS INFLUIRÁ EN LAS ELECCIONES DE LAS PERSONAS EN EL MERCADO, SE DEFINEN DIEZ FACETAS CLAVES:

1. WELLAGING
2. EASY WELLNESS
3. INTEGRATED WELLNESS
4. SUSTAINABLE WELLNESS
5. MADE-TO-MEASURE WELLNESS
6. SELF PRESERVING WELLNESS
7. COMMUNITY WELLNESS
8. SYNESTHETIC WELLNESS
9. LIFE, DEATH & BEYOND
10. WELLBEING-DRIVEN SEXUALITY

PARA LAS COMPAÑÍAS CADA UNA DE ESTAS FACETAS REPRESENTARÁ UNA OPORTUNIDAD DE INNOVAR, AL PROPONER PRODUCTOS, SERVICIOS, COMUNICACIÓN Y EXPERIENCIAS QUE RESPONDAN ESPECÍFICAMENTE A LOS NUEVOS DESEOS Y COMPORTAMIENTOS DE LAS PERSONAS.



1. WELLAGING

Las personas desearán incrementar su vitalidad biológica para vivir más tiempo de un modo más saludable. En un escenario altamente estresante pero donde la longevidad y por ende la vida útil profesional seguirán en aumento, envejecer de una manera saludable y óptima será un requerimiento creciente. Alterar la biología humana se convierte en un objetivo. Ganarán protagonismo aquellas terapias que actúen sobre las fibras más profundas del cuerpo humano para regenerar y potenciar su rendimiento: tratamientos de purificación de órganos, de aumento de la fuerza muscular, de revigorización de la piel, de mejora de la performance celular y de fortalecimiento del sistema inmune, entre otras, se diseñarán a partir de los hábitos, biomarcadores, patrones epigenéticos y ADN personales. La inteligencia nutricional se convertirá en una demanda fundamental. Del Anti-aging al Well-aging: la concepción negativa de la vejez se reemplazará por la idea de una madurez armoniosa y vital.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Nutrición inteligente

Ofrecer alimentos y cosméticos hiper personalizados que actúen a nivel molecular para suministrar sustancias específicas que el cuerpo podría necesitar para mantenerse saludable y vital a lo largo de los años.

Colección curativa

Desarrollar textiles funcionales y auto regulables que incorporen sustancias que, a través del contacto con la piel, mejoren el sistema inmunológico. Realizar colecciones de prendas y/o ropa de cama enriquecidas con propiedades curativas que estén alineadas con los tratamientos de autocuidado de las personas.

Valorizar la historia

Crear ofertas específicas para el universo *senior* valorizando sus experiencias personales y ofreciendo un acceso exclusivo a beneficios de la marca. Ofrecer a cada uno contenido especial y re-edición de productos a partir del análisis de datos de la historia del consumidor con la marca.

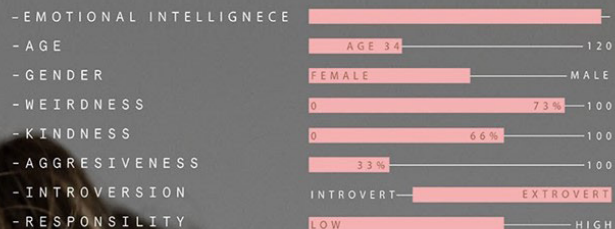
Coaching epigenético

Brindar servicios de coaching para modificar hábitos de vida en base a los patrones epigenéticos de los usuarios. Proponer programas de acción de largo plazo que permitan a las personas adquirir progresivamente rutinas más saludables así como ayudarlos a alinear el consumo cotidiano a los objetivos de bienestar propuestos.

Combatir la polución

Diseñar alimentos, entrenamientos y productos de cuidado personal que estimulen una rápida purificación del organismo y combatan la polución a la que los individuos están expuestos cada día. Generar rutinas de movimiento natural e incorporar modos de transporte activos, para mantener vitales a las personas.



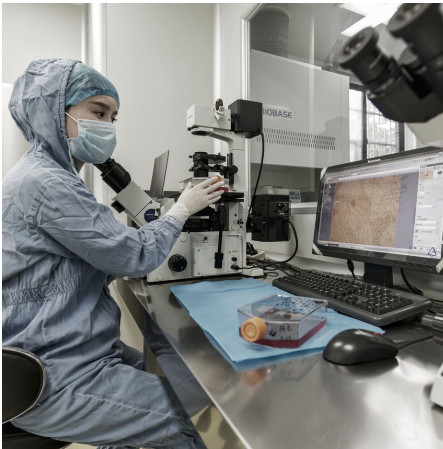


Biometric Mirror, de Lucy McRae, es una instalación de ciencia ficción donde los participantes ingresan a un futurista salón de belleza para que una IA escanee sus datos biométricos y revele una versión matemáticamente "perfecta" de su propia cara basada en los ideales de belleza de Hollywood.

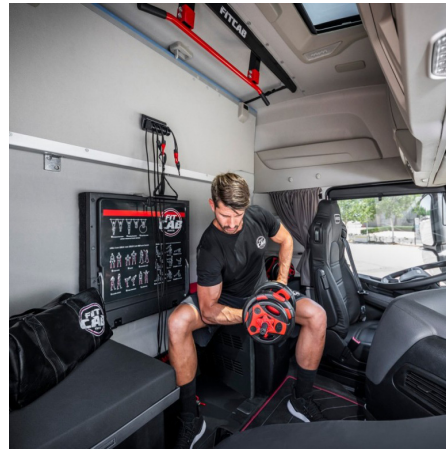
BIOMETRIC MIRROR
Programmed Perfection



SEÑALES QUE ANTICIPAN LA TENDENCIA



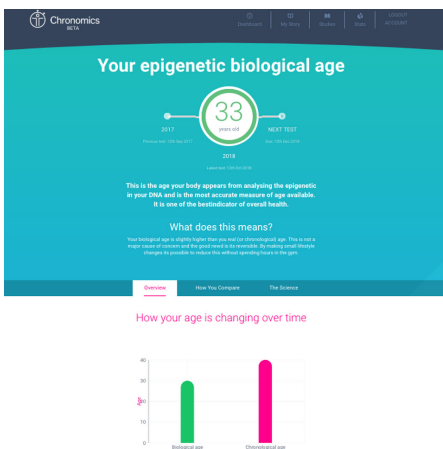
Los ensayos clínicos más avanzados, con la técnica de edición de genes CRISPR, que ejecuta el **Hangzhou Cancer Hospital**, permitirían tratar a pacientes con cáncer de esófago aumentando su posibilidad de cura.



El camión 'Fit Cab' de **Iveco** está equipado con una serie de componentes de entrenamiento que permiten a los conductores (que pasan largos periodos de tiempo sentados) hacer actividad física entre los recorridos de larga distancia o al tomar un descanso durante los viajes.



Skintelli utiliza la ciencia de la epigenética para analizar la calidad actual de la piel de la persona para aconsejar sobre los productos más adecuados de diferentes marcas.



Chronomics es una startup que ayuda a prevenir futuras enfermedades a la vez que analiza la salud y el bienestar dinámico de los usuarios basado en la información epigenética encontrada en su ADN.



Immortalis es una compañía que utiliza la combinación de medicina microbiómica, genética y epigenética, para crear un suplemento dietario natural que puede alterar las mentes y los cuerpos de las personas para "diseñar la inmortalidad".



DNAFit, **VITL**, **Rightangled** y **Fitness-Genes** proveen consejos personalizados sobre nutrición y rutinas deportivas en base al análisis del ADN del usuario y sus características físico-genéticas.

2. EASY WELLNESS

Las personas desearán acceder de una manera simple, directa, a un precio asequible y *on demand* a micro experiencias que mejoren su vida en todo momento. La democratización del bienestar se potenciará incorporando nuevos públicos -como adultos mayores, jóvenes y niños- de estratos sociales diversos. La sociedad futura demandará experiencias inclusivas de bienestar que sorteen los límites que impone la desigualdad económica. Habrá una mayor apertura de las personas a experimentar con terapias alternativas de fácil acceso mediadas por la tecnológica: psicoeducación en las redes sociales, telemedicina, *apps* para la salud, *podcasts* de meditación, terapias cortas *online*, entrenadores digitales, entre otros. Habrá un aumento de las prácticas de autocuidado (*self-care*) domésticas con productos que podrán ser creados, activados y adaptados 100% a medida por el mismo usuario. Espacios no convencionales incorporarán pequeñas prácticas para mejorar la salud de las personas en el día a día.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Comunicación positiva

Desarrollar contenido de marca basado en la psico-educación que actúe como paliativo a las principales enfermedades mentales que sufren los consumidores. Concebir las experiencias de comunicación y *retail* con una función positiva en la salud y la autoestima para generar mayor empatía con las personas.

Toolkit accesible

Proporcionar cajas de herramientas de bienestar listas para usar, fáciles de activar, con una mínima intervención del cliente para personalizarlo. Reponder al deseo de las personas de aprender sobre las temáticas asociadas al autocuidado. Convertir a los consumidores en micro embajadores del bienestar.

Ejercicios al instante

Diseñar líneas de accesorios y mobiliarios que permitan a las personas realizar ejercicios físicos mientras tengan movilidad limitada en sus espacios y horarios de trabajo. Crear entrenadores virtuales y proporcionar rutinas de ejercicios cortas y variadas para ejecutar en diferentes momentos del día.

Momentos transformadores

Desarrollar unidades móviles que puedan llevar prácticas beneficiosas a espacios no convencionales (oficinas, tiendas, universidades) para brindar un momento transformador: cápsulas de meditación, sexo tántrico, yoga, acupuntura, aromaterapia, entre otros.

Cambio masivo

Incorporar a los productos masivos ya conocidos funcionalidades terapéuticas que le permitan a las personas mejorar fácilmente su estado, modificando un hábito (por ejemplo, la alimentación) sin cambiar significativamente su rutina (ingiriendo el mismo tipo de producto).



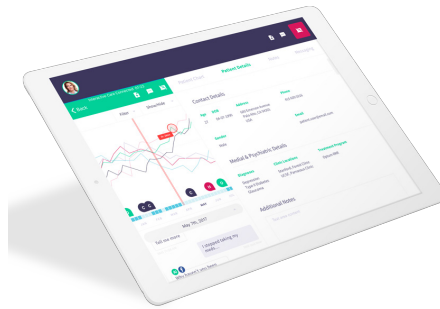


The Insight Project, una empresa de **Ninja Theory**, está investigando el uso de la tecnología, diseño de video juegos y neurociencia clínica para trabajar en nuevos métodos de terapia para trastornos mentales.





El **National Health Service (NHS)** del Reino Unido se asoció con Amazon para brindar asesoramiento médico a través del asistente de voz Alexa de Amazon, facilitando la búsqueda para personas mayores y discapacitados.

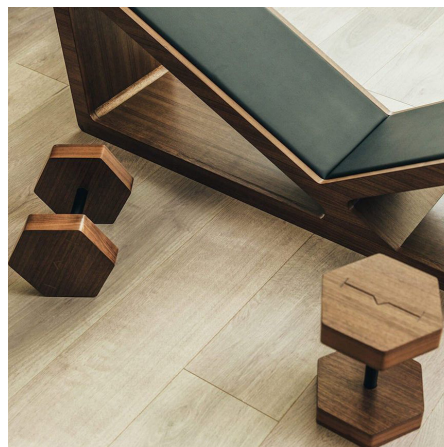


La app **Mindstrong's Health** estudia cómo interactúa una persona con un teléfono inteligente con el objetivo de diagnosticar una posible enfermedad mental, como problemas de memoria y depresión, e incluye la opción de contactar un médico.



HotBox es un sauna de leña sobre ruedas que puede ser ubicado en diferentes locaciones y ofrece a los visitantes tiempo de sauna en sesiones de 10 min. con descansos para hidratarse y refrescarse en una ducha al aire libre. **Be Time** y **Calm City** son estudios de meditación de atención plena en camiones.

IT WAS A MAGICAL MOMENT WHEN I REALIZED I ONLY NEEDED TO CHANGE ONE PERSON TO BE HAPPY. MYSELF.



Una mayor cantidad de cuentas de Instagram son administradas por terapeutas con licencia que comparten consejos de salud mental denominados "insta-psycoeducación" (valorada positivamente por A.P.A.), una estrategia valiosa para llegar a personas de culturas en las que la terapia se considera tabú.

Habit, en Hong Kong, diseña muebles multifuncionales centrados en el entrenamiento físico para espacios reducidos, como mesas y sillas elegantes y aerodinámicas de madera que se doblan como bancos de ejercicios y mancuernas.



Care / Of ha sumado a su oferta de vitaminas y suplementos un set de proteínas y polvos de refuerzo, por ejemplo, proteína de suero, chia-flax, creatina, electrolitos y maca, que se entregan envueltos individualmente para que cada individuo pueda combinarlos a su conveniencia.



3. INTEGRATED WELLNESS

Las personas buscarán un balance saludable entre todos los aspectos de su vida a partir de una visión holística del bienestar que integrará los campos de la salud, fitness, nutrición, medicina, belleza, sexualidad y psicología. Emergerá una ultra diversificación de productos y servicios, adaptados 100% a la naturaleza de la persona. Ganarán protagonismo los lugares dedicados exclusivamente al bienestar, con profesionales de todas las disciplinas para abordar integralmente a cada usuario. Aumentará la demanda de productos *augmented* (propiedades aumentadas) y multifuncionales que permiten mejorar simultáneamente diferentes aspectos del ser humano. Se potenciará la convergencia de campos de conocimientos y sectores para crear productos, servicios y experiencias híbridas: medicina, nutrición & cosmética; arquitectura, biología & psicología; moda, medicina & cosmética; nutrición, sexualidad & psicología. Nuevos sectores incorporarán el bienestar en la concepción de su oferta: turismo, moda, desarrollos inmobiliarios, arquitectura, seguros y servicios funerarios, entre otros. La intersección entre el diseño y el nuevo concepto de bienestar holístico permitirá transitar del *Well-ness* al *Better-ness*.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Oferta conectada

Crear productos inteligentes que incorporen sensores que midan continuamente las variables de salud corporal y sugieran cambios en los hábitos de la persona. Proponer verdaderos ecosistemas conectados que permitan alinear los requerimientos físicos con el fácil acceso y la compra de productos personalizados.

Neurociencia en todo

Aplicar los conocimientos de la neurociencia y la neuroestética en el diseño para mejorar la empatía de los productos, servicios y experiencias con el usuario. Investigar en profundidad los efectos y sentimientos que genera la oferta en las personas para avanzar hacia la creación de emociones con información certera.

Diseño biofílico

Aplicar el diseño biofílico en ambientes de interior (casas, museos, oficinas, tiendas, escuelas) para potenciar los beneficios de los factores naturales. Incorporar los conocimientos de la psicología y la biología en la arquitectura de espacios de trabajo para incrementar la productividad y mejorar la relación entre las personas.

Ciudades emocionales

Desarrollar ciudades inteligentes que puedan medir el nivel de estrés o infelicidad de sus ciudadanos y proporcionar una solución inmediata a través del cambio de luces, colores e imágenes visualizadas en el espacio público.

Funcionalidad extra

Diseñar productos simples enriquecidos con una funcionalidad extra de bienestar: un perfume que elimina el estrés, un anillo que realiza acupuntura, una chaqueta que masajea los hombros.



Field Hospital X (FHX) es una instalación artística creada por Aya Ben Ron e inspirada en centros terapéuticos que investiga la forma en que el arte puede actuar frente a temas sociales complejos y promover el autocuidado en las personas.





Skin II, desarrollado por el microbiólogo Dr. **Callewaert** (Universidad de Gante) y la diseñadora **Rosie Broadhead**, es un concepto de prendas hechas a partir de telas con probióticos, capaz de generar efectos positivos en la piel del usuario gracias a la acción de las bacterias.



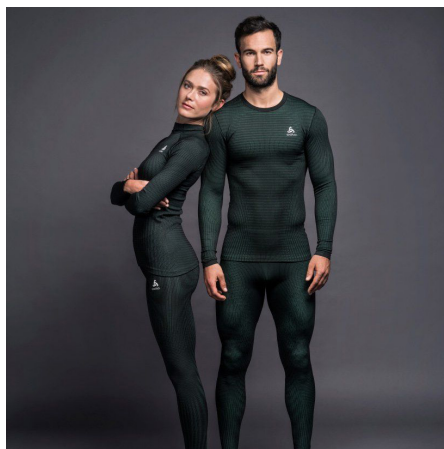
A Space For Being es una experiencia diseñada por **Google Design Studio** y **Reddymade** basada en los principios de la neuroestética para explorar la relación entre las características estéticas de los espacios y su influencia en el bienestar de los usuarios de acuerdo con su naturaleza particular.



Functional Fragrance, desarrollada por **Nue Co**, es el primer suplemento antiestrés que se entrega en forma de aroma orgánico y natural que impacta en las vías neuronales conectadas con sentimientos de calma y tranquilidad, para reducir los niveles de cortisol.



Umay Rest es un dispositivo de terapia de calor meditativo (con aceites naturales termales) para refrescar los ojos, facilitar el descanso mental y mejorar sueño, combatiendo el daño que causa pasar 10 horas al día frente a un dispositivo digital.



Odlo Futureskin es una colección de ropa interior deportiva desarrollada por **Odlo** y **Zaha Hadid Design** que realiza un mapeo corporal orgánico para adaptarse a la anatomía y fisiología del cuerpo del usuario y controlar la temperatura y ventilación requerida de acuerdo al movimiento.



Bhuti Studio en Londres ofrece un tratamiento holístico para el bienestar bajo el mismo techo incluyendo expertos en hormonas, yoga, pilates, spa de tratamientos orgánicos, hidroterapia colónica, ayurveda, acupuntura, reflexología, café vegano y buddha bowls.



4. SUSTAINABLE WELLNESS

Las personas desearán tener una vida sana en un ambiente medioambiental y emocionalmente saludable. Aumentará la conciencia de que el bienestar personal está estrechamente ligado con la calidad del entorno próximo: aire, agua, alimentos, sonidos, vegetación, luz. Las herramientas tecnológicas permitirán adaptar las características de los entornos domésticos y de trabajo a las necesidades del momento de las personas. Los dispositivos personales y portables para mejorar las condiciones medioambientales circundantes serán de gran utilidad. Se consolidará la preferencia por productos y servicios que aseguren la regeneración y preservación del medio ambiente extendiendo la visión de bienestar a todo el ciclo de la oferta. Se incrementará el deseo de reconexión con la naturaleza dentro y fuera de las ciudades, a través de terapias que tienen como agentes activos a los factores biológicos. La creciente desconfianza hacia el mercado provocará un mayor deseo por acceder a experiencias saludables, sustentables y seguras que sean fácilmente comprobables en sus beneficios y trazabilidad.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Mejorar el ambiente

Desarrollar productos que monitoreen la calidad de los factores ambientales que circundan a la persona y ayuden a mejorarlos en caso de que estos sean negativos para su salud. Diseñar sistemas inteligentes que permitan aconsejar sobre las zonas más saludables para circular y estar en una ciudad.

Momentos monásticos

Ofrecer experiencias monásticas -viajes fuera de la ciudad o dentro de ella- donde el contacto directo con la naturaleza ocupe un lugar central y la tecnología digital esté completamente ausente. Crear micro-espacios enriquecidos con factores biológicos que permitan revitalizar a las personas.

Integrar naturaleza

Aplicar la terapia de plantas a través del diseño de pequeños oasis verdes en espacios de vivienda, trabajo y esparcimiento. Borrar los límites entre el exterior y el interior de los edificios para que se integren mejor al entorno natural. Transferir actividades laborales a espacios abiertos que resulten inspiradores.

Retail saludables

Diseñar tiendas donde las condiciones ambientales -luz, aire, sonido, aroma y materiales- sean óptimas para el bienestar físico y emocional y así asociar la identidad de marca al valor de lo saludable. Desarrollar ambientes dinámicos y sensoriales que cambien con el clima para modificar sentimientos negativos.

Sustentabilidad radical

Alinear todos los aspectos de un producto a los principios de regeneración e impacto cero para cumplir radicalmente con el requerimiento de sustentabilidad. Asociar servicios de información confiables sobre la trazabilidad de la oferta para disminuir la sensación de desconfianza.



El estudio **EFFEKT** ha diseñado una torre helicoidal de 45 metros de altura que permite a los visitantes observar por encima de las copas de los árboles del bosque Gissselfeld Klosters en Dinamarca. La torre se integra a un recorrido creado bajo el concepto “la naturaleza proporciona la experiencia real” del Camp Adventure.





NotAnotherOne ha diseñado un monitor portátil de calidad del aire para monitorear los niveles locales de contaminación que envía datos al teléfono móvil del usuario a través de Bluetooth y emite una alerta para que la persona sepa que está expuesta al aire tóxico.



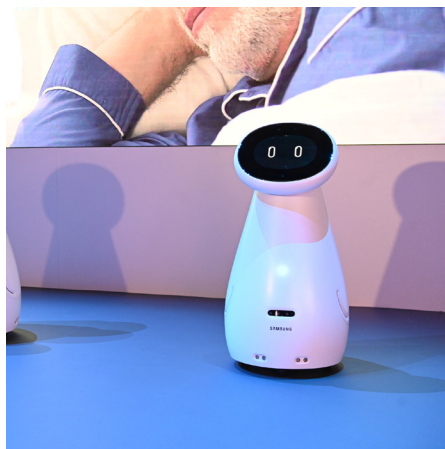
L.L. Bean crea oficinas temporales (pop up) en espacios verdes para mostrar los efectos positivos del diseño biofílico en términos productivos y de bienestar de los trabajadores.



MVRDV presentó Villa Verde, un edificio híbrido de oficinas y departamentos residenciales, con una fachada completamente cubierta de plantas en macetas y que incluye una librería de árboles, para fomentar el bienestar en contacto con la naturaleza.



Stella McCartney ha equipado su tienda de Bond Street, Londres, con tecnología de filtro de nanocarbono que limpia los elementos químicos contaminantes que ingresan desde la calle para tener “el aire más limpio de Londres”.



Samsung Bot Air es un robot que navega por la casa de forma autónoma equipado con sensores que miden la calidad del aire y si encuentra que el aire está contaminado, se moverá a la fuente para comenzar a purificarlo.



Aldin Biodomes, diseñado por **WilkinsonEyre** y **Basalt**, es un ecosistema autosuficiente centrado en la salud, el contacto con la naturaleza y la idea de comunidad para promover el bienestar del público durante los oscuros meses de invierno en Islandia.



5. MADE-TO-MEASURE WELLNESS

Las personas desearán tener más información útil a la hora de tomar decisiones a través del acceso a herramientas tecnológicas de autoconocimiento: escáner corporal, análisis de ADN, prueba de rendimiento físico, test de estrés, *apps* para medir la presión arterial, el ritmo cardíaco y la temperatura, etc. El hábito de auto medir permanentemente los indicadores asociados al bienestar se expandirá y llevará a un progresivo abandono de ofertas genéricas en favor de productos y servicios ultra customizados basados en la personalización de los datos. Habrá un deseo creciente de acceder a consejos terapéuticos confiables al instante. Las personas demandarán servicios que les ayuden a integrar y gestionar todo el caudal de información individual y las diferentes posibilidades de bienestar de una manera simple en el día a día. La combinación del historial de datos y mediciones recolectadas en tiempo real permitirá crear un perfil dinámico del usuario integrando los aspectos de nutrición, salud, sexualidad, rendimiento cognitivo y estado emocional, por lo que productos, servicios y espacios deberán tener la capacidad de adaptarse al instante a ese dinamismo.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Interacción por perfiles

Desarrollar plataformas digitales (*apps*) y analógicas (clubes) que conecten a personas con el mismo perfil físico, mental y actitudinal para realizar en conjunto actividades de bienestar similares como deportes, consultas con expertos, aprendizaje nutricional, prácticas de autocuidado y entrenamientos cognitivos.

Pruebas verídicas

Ofrecer servicios que permitan simular y visualizar cómo la performance física y el rendimiento cognitivo pueden reaccionar a terapias y tratamientos específicos para brindar tranquilidad y convencer de sus beneficios a los usuarios.

Consejos al instante

Brindar servicios de consejos de salud y autocuidado confiables al instante que integren la información recolectada por los mismos usuarios a través de herramientas de auto-medicación domésticas junto con datos de su historial de comportamiento en el mercado.

Perspectiva holística

Diseñar programas integrales de bienestar a largo plazo que incluyan los aspectos de nutrición, salud, sexualidad y psicología para otorgar a las personas una perspectiva más amplia de mejora al acompañar la evolución de sus necesidades.

Entornos dinámicos

Diseñar espacios inteligentes que puedan monitorear los indicadores psicofísicos de una persona y modificar características estéticas -como la luz, textura, aroma y sonido- para garantizar su bienestar e incrementar sus sentimientos positivos.



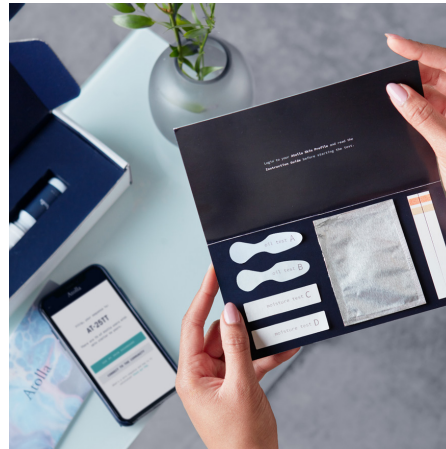


Naked Labs ha creado un espejo de escaneo corporal 3D que crea imágenes de 360 grados de los usuarios al medir el porcentaje de masa corporal, masa grasa y medidas anatómicas. Los usuarios pueden analizar datos históricos con gráficos detallados para visualizar cambios en diversas partes de su cuerpo.





La app Nike Fit está equipada con realidad aumentada para que los usuarios puedan escanear sus pies con perfecta precisión, a través de la cámara de su teléfono inteligente, y así obtener su medida exacta para comprar zapatillas deportivas.



El Atolla Skin Health System proporciona a los usuarios kits de prueba para medir las características exactas de su piel (hidratación, aceite, pH y absorción) para luego enviarles un suero facial calibrado precisamente para las necesidades de su piel, con la fórmula actualizada mensualmente.



Hussain Almassawi desarrolló un anillo inteligente que permite a las personas con enfermedad de células falciformes controlar y detectar niveles bajos de oxígeno en la sangre emitiendo diferentes señales lumínicas.



Thrive ha creado una prueba doméstica que permite a las personas identificar y comprender sus niveles de estrés con su prueba de cortisol a base de saliva.



InsideTracker mide los 40 biomarcadores en sangre que sus científicos han determinado que proporcionan los mejores indicadores de la salud general para brindar un plan personal para modularlos con cambios en la dieta, los suplementos, el ejercicio y el estilo de vida.



Hero es un administrador de medicamentos con un botón grande en el frente que cuando se presiona dispensa la dosis exacta de píldoras que se han especificado a través de una aplicación móvil, así como solicita la provisión de medicinas cuando se están agotando.

6. SELF PRESERVING WELLNESS

Una preocupación creciente por minimizar el impacto negativo de un contexto perjudicial, llevará a la adopción de productos, servicios y experiencias que faciliten la auto preservación. Se tomarán medidas drásticas para sobrevivir a la adversidad, aún bordeando el riesgo de perpetuarse en las zonas de confort donde se tiene el 100% de control de la situación. Habrá una demanda creciente de la inmunidad emocional. El bienestar digital será una condición importante por lo que se consolidarán los tratamientos de *de-tox* digital, así como las herramientas que ayuden a controlar la adicción al uso de dispositivos. Emergerá el deseo de silencio, desconexión y “evasión” en una sociedad “*burn out*”. La práctica del sueño adquirirá protagonismo como un factor indispensable de bienestar. La noción de lucidez se expandirá como un beneficio clave de productos y servicios, dando lugar al concepto de spa neurológico. La capacidad receptiva de una persona estará asociada al requerimiento de reducir sus niveles de tensión.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Bajar la tensión

Mejorar la capacidad receptiva de las personas en las tiendas con experiencias de reducción de estrés como paso previo a comenzar a ofrecer los productos y servicios. Incorporar herramientas tecnológicas que ayuden a reconocer el estado de ánimo del cliente para dar más información a los vendedores de como actuar.

Momentos de evasión

Brindar momentos de escapismo con dispositivos personales de eliminación de sonido y neutralización de imágenes para su fácil utilización en entornos públicos y privados. Utilizar estímulos olfativos a partir de una colección de aromas customizados para hacer viajar las personas a situaciones placenteras del pasado.

Programa de viajes

Ofrecer un servicio de turismo inteligente que recomiende lugares y experiencias para viajar en función de una evaluación física, emocional y cognitiva de la persona. Crear planes anuales con una variedad de viajes diseñados para lograr diferentes objetivos de bienestar: *digital detox*, vacaciones, entrenamiento, belleza.

Expertos confiables

Brindar sesiones de consulta con expertos para conocer los beneficios y riesgos del uso de ciertas tecnologías y aprender a gestionarlas, así como disminuir los temores asociados a la fragilidad de la privacidad e identidad digital.

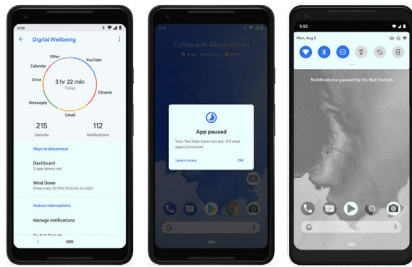
Planes de lucidez

Desarrollar productos y espacios personalizados que ayuden a entrenar la concentración y agudicen la mente para mejorar la toma de decisiones. Ofrecer servicios de *couching* para corregir hábitos negativos que impactan en la calidad del descanso.

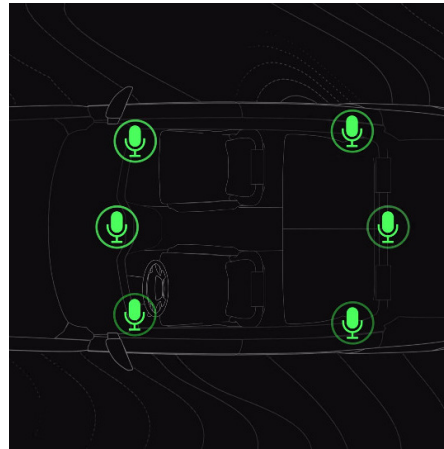


Erlend Prendergast, de la Glasgow School of Art, ha diseñado un dispositivo robótico modular que responde a la asistente virtual de Amazon, Alexa, para proteger a los usuarios de la vigilancia digital, y prevenir los temores y paranoias relacionados a la tecnología.





El software de Bienestar Digital de **Google** está destinado a ser una herramienta útil y transparente para monitorear los hábitos de uso de su teléfono inteligente y lograr un equilibrio más saludable entre la tecnología y la vida.



Bose ha desarrollado QuietComfort Road Noise Control (RNC) que mide las vibraciones en la carrocería del vehículo causadas por conducir sobre superficies irregulares y envía una señal de cancelación a través de los altavoces del automóvil, reduciendo así el ruido de la carretera que los pasajeros pueden escuchar.



Las mañanas de "Art Détox" en el **Centre Pompidou** están diseñadas para que las personas puedan experimentar la creación artística a través de los sentidos con sesiones de reiki en las salas de exposición y aromaterapia inspiradas en diferentes obras.



La empresa **Nightfood** desarrolla alimentos funcionales como una línea de helados "para dormir" que complementan el ciclo del sueño humano gracias a una combinación de ingredientes de proteínas, minerales, aminoácidos y enzimas.



Blackout, de **Asics**, es una pista de atletismo para entrenar la mente: un recorrido de 150 metros que está envuelto en la oscuridad sin tecnología, sin música, sin paisajes y sin línea de meta. **Wear Space** de **Panasonic** es un dispositivo portátil para ayudar a la concentración al limitar el campo de visión y audición.



Bryte ha diseñado una cama inteligente que puede ajustar automáticamente la temperatura, personalizar el soporte para diferentes partes del cuerpo e incluso mover a una persona para que duerma, mejorando la experiencia de descanso.



7. COMMUNITY WELLNESS

Las experiencias analógicas con interacción humana seguirán teniendo la cualidad de ser transformadoras para las personas, mucho más que cualquier tipo de acción en la dimensión digital. La felicidad será un objetivo por alcanzar a través de la construcción de relaciones de calidad. Las personas demandarán experiencias que permitan reconectar socialmente con otros para contrarrestar el sentimiento creciente de aislamiento y soledad. Crear círculos de apoyo se convertirá en una estrategia indispensable para generar certezas y contención en un entorno amenazante. La empatía será una cualidad altamente valorada y la escasez de la misma en las actuales relaciones humanas comenzará a percibirse como un factor crítico. Diferentes prácticas de bienestar y cuidado se incorporarán a lugares tradicionales de socialización: escuelas, clubes, lugares de trabajo y espacios públicos.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Conexión confiable

Proponer eventos y servicios que ayuden a los individuos a encontrarse y conectarse en torno a micro intereses dentro de espacios íntimos y confiables. Invitar a las personas a experiencias sociales lúdicas en formatos no convencionales para alimentar la curiosidad de manera colectiva.

Guías para socializar

Diseñar dispositivos capaces de reconocer la emergencia de trastornos mentales a través de los hábitos cotidianos para alertar a una red de contención cercana. Ofrecer un servicio de tutoría para personas que se sienten solas enseñándoles diferentes posibilidades para socializar.

Clubes de bienestar

Crear diferentes tipos de clubes alrededor de una actividad donde las personas puedan reunirse, divertirse y encontrar amigos, como excusa para ser supervisados y asesorados por un equipo de expertos en salud y bienestar.

Expandir la empatía

Incorporar entrenamientos de empatía para mejorar las capacidades de comprensión y comunicación interna y externa de la empresa. Crear una identidad de marca que el consumidor perciba cercana a partir de un discurso más realista alineado con el estado de ánimo social.

Activismo colectivo

Generar redes de activismo alrededor de una causa cercana a los valores de la marca permitiendo a las personas conectar entre pares, compartir conocimientos y organizarse para la acción disminuyendo la sensación de atomización social.



La obra Forced Empathy, de Tania Bruguera en el Tate Modern, requiere que un grupo grande de personas se organice y acueste en el piso al mismo tiempo para revelar -con el calor corporal del conjunto- un retrato oculto de Yousef, un joven sirio que emigró a Londres.





La ópera 'The Mile-Long Opera: a biography of 7 o'clock', creada por **Liz Diller**, reunió a 1,000 cantantes a lo largo del High Line de NYC en una interpretación coral, inmersiva y libre que ayudó a repensar el espacio público de manera artística y colectiva.



Paradise Now de **Bompas and Parr** fue una instalación gratuita y al aire libre que invitaba a las personas a disfrutar colectivamente de una puesta de sol en dunas infundidas de vitaminas; rehidratarse bajo cataratas de niebla; y limpiarse con agua de lluvia enriquecida con minerales de manantiales exóticos de todo el mundo.



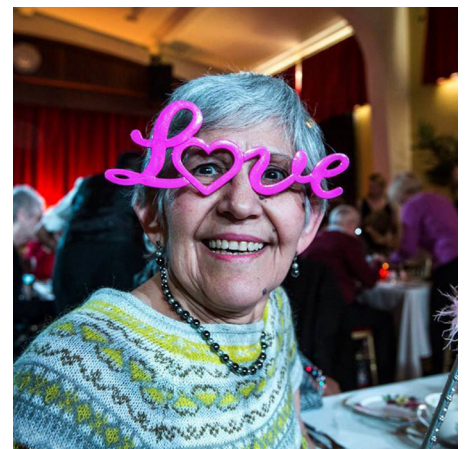
Mumhood y **Latino Bambino** son nuevas clases de pilates, entrenamiento deportivo, yoga y danza dirigidas a las madres que desean realizar actividad física cargando a sus niños pequeños, incluso bebés.



Tell Me More, diseñada por **Rapt Studio**, es una instalación que promueve la interacción física en la era de la comunicación digital al animar a los extraños a conversar dentro de espacios pequeños envueltos en cortinas y con una iluminación íntima.



El **Prada Mode** es un club social itinerante para que las personas se reúnan, conversen y disfruten de un programa ('Collective Intimacy') de arte interdisciplinario y debates alrededor de una temática propuesta por un artista, como Theaster Gates en la edición de Londres.



El **Posh Club** es un club social para personas mayores con el estilo de un té vespertino "elegante" inspirado en los años 40's con espectáculos en vivo y camareros voluntarios, para combatir la soledad y promover la interacción intergeneracional.



8. SYNESTHETIC WELLNESS

El deseo creciente de experimentar con los límites del ser provocará una mayor adopción de terapias inmersivas que logren efectos positivos a partir de una compleja combinación de estímulos sensoriales que juegan con aspectos físicos, emocionales y cognitivos. Se buscará experimentar diferentes tipos de satisfacción explorando los costados más complejos de la naturaleza humana. La avidez de evasión potenciará la demanda de terapias que permitan subvertir los sentidos y estructuras mentales para alcanzar nuevos niveles de conocimientos y emociones. La sinestesia será un recurso útil para rediseñar las rutinas de bienestar. Se combinarán prácticas ancestrales (yoga, meditación, chamanismo), elementos naturales (hierbas, suplementos, estimulantes) y recursos tecnológicos (biosensores, dispositivos de neuroestimulación) para multiplicar los efectos de las prácticas.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Estimular todos los sentidos

Diseñar experiencias que estimulen todos los sentidos e induzcan sentimientos y emociones positivas, ya sea al aire libre como en ámbitos interiores. Desarrollar sistemas narrativos inteligentes -guiados por datos- que permitan configurar viajes 100% sensoriales para descubrir historias memorables.

Inspiraciones sinestésicas

Mezclar experiencias de venta minorista con universos híper estimulantes no directamente relacionados al sector para movilizar emocionalmente a las personas. Transmitir las inspiraciones de los productos de forma sinestésica: por ejemplo, degustar sabores exóticos para comprender las texturas de una colección de moda.

Terapias subversivas

Ofrecer experiencias que provoquen cortocircuitos entre percepciones y sentidos para “reiniciar” mental y emocionalmente a las personas, generando un momento de extrañamiento, para ayudarlas luego a reconectar consigo mismas. Brindar viajes transformadores basados en los principios del chamanismo.

Provocar la calma

Introducir pequeños estímulos que provoquen instantes de remanso emocional en ámbitos cargados de tensión: aromas que bajen los niveles de estrés, alimentos que faciliten la meditación, sonidos que ayuden a la contemplación, texturas que reduzcan la ansiedad.

Prácticas híbridas

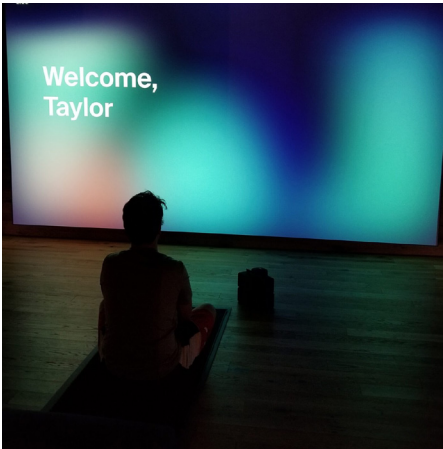
Desarrollar terapias de bienestar que combinen técnicas y rituales de culturas ancestrales con tecnologías de monitoreo y estimulación sensorial para brindar beneficios extraordinarios.





En el A4 Art Museum, la artista **Karolina Halatek** ha creado una instalación de luz inmersiva titulada Halo para generar en los espectadores una experiencia íntima y personal de contemplación en un entorno abstracto.

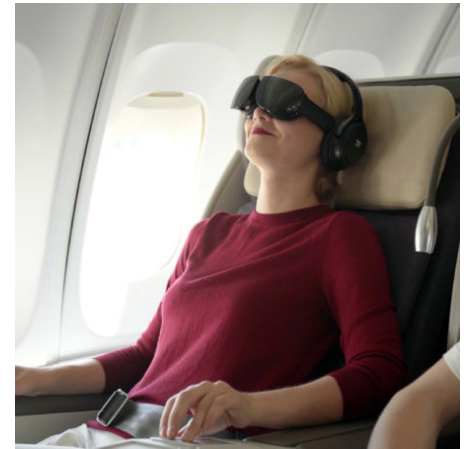




Sanctuary ofrece experiencias inmersivas para desconectar con la rutina al combinar el ejercicio físico y mental con un instructor virtual de yoga en una sala de 84 °, clases de meditación, espacios con diferentes destinos, una selección de bebidas especiales, duchas con productos orgánicos, terapias de color y sonido.



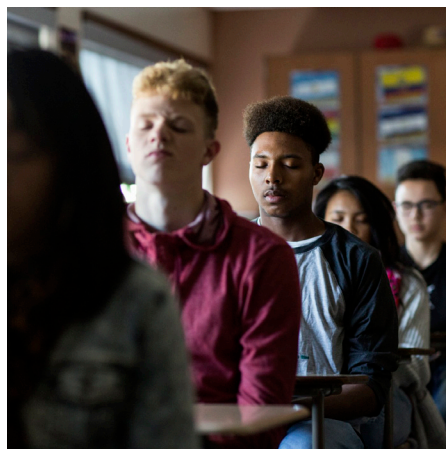
Yoga With Minelli es un estudio de yoga dirigido por mujeres que combina la práctica ancestral con el cannabis en clases semanales que enfatizan la conexión con el cuerpo sin ser juzgados.



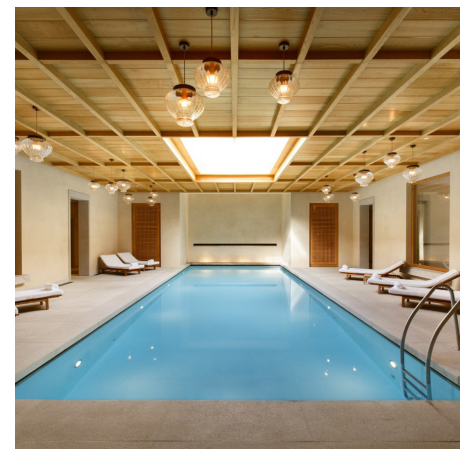
La herramienta de meditación **Healium XR**, de **StoryUp**, utiliza realidad virtual para proporcionar relajación y combatir la ansiedad; los usuarios pueden ver mundos que cambian dependiendo de su actividad cerebral y frecuencia cardíaca. Compañías aéreas están integrando la experiencia a su oferta de entretenimiento.



El hotel **Fendi** en Roma ofrece a los huéspedes un menú de aromas para que personalicen su habitación con la posibilidad luego de llevarse embotellado el perfume, para recordar la sensación de vacaciones o relajación en cualquier época del año.



El programa **Quiet Time** de la **Fundación David Lynch** lleva meditación trascendental a más de 4.000 estudiantes de escuelas públicas de Nueva York, para ayudar a reducir la ansiedad y la depresión en los jóvenes y hasta mejorar las tasas de graduación.



Santuario LeDomaine Wellness & Spa ofrece **Mindfulness Spa Experience**, una sesión que combina realidad virtual (video inmersivo) con masajes relajantes y la práctica milenaria de la meditación guiada, junto con otros tratamientos curados por un Spa Sommelier de acuerdo a las características de cada persona.



9. LIFE, DEATH & BEYOND

Las personas desearán diseñar cómo ser evocados luego de la muerte. Se crearán para ello experiencias que representen su universo, pensamiento y valores. El objetivo será dejar una huella fácilmente reconocible por todos que permita lograr una eternidad digital y sensorial. La muerte comenzará a ser desmitificada perdiendo su carácter opaco para encontrar nuevos sentidos y prácticas que garanticen el bienestar en el momento final reduciendo sentimientos negativos de temor y ansiedad. El momento de la muerte, así como el posterior tratamiento del cuerpo, estarán alineados con los valores pregonados en vida. La expansión de la idea de circularidad provocará un aumento de prácticas ecológicas y entierros compostables. La salud emocional comenzará a estar estrechamente ligada a las herramientas tecnológicas, con algoritmos entrenados para facilitar procesos de duelos.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Eternidad digital

Desarrollar el concepto de eternidad digital para ayudar a las personas a gestionar y diseñar su legado virtual como una instancia de evocación de la vida. Brindar herramientas que colaboren en la expresión del universo personal y aseguren su continuidad.

Pensar el final

Crear lugares comunitarios o plataformas en línea donde las personas pueden reunirse y hablar libremente sobre sus deseos para los momentos finales de su vida, el funeral y el tratamiento posterior del cuerpo. Ofrecer guías que ayuden a plasmar esos deseos en experiencias concretas.

Entierros sustentables

Ofrecer servicios funerarios de precio accesibles que incorporen productos y materiales sostenibles que alineen el momento de la muerte a los valores circulares sostenidos en la vida.

Visiones alternativas

Brindar cursos que preparen a las personas para cambiar su percepción sobre la muerte y puedan comprender el final de la vida como un momento de transición para disminuir la angustia y ansiedad. Difundir el conocimiento de filosofías ancestrales que interpretan la muerte en un sentido positivo.

Productos con otra vida

Diseñar productos que puedan tener una nueva funcionalidad luego de la muerte del usuario como elemento de rememoración. Concebir experiencias que puedan hacerse realidad solo después de que alguien falleció, por ejemplo, una caja de recuerdos que solo se abre una vez que la persona ha muerto.



Frederik Heyman ha creado el concepto de monumento digital, una forma de proyectarse en el futuro y ser recordados por las generaciones venideras exactamente como queremos ser, usando tecnología de escaneo 3D de vanguardia para recrear a la persona y su universo personal.





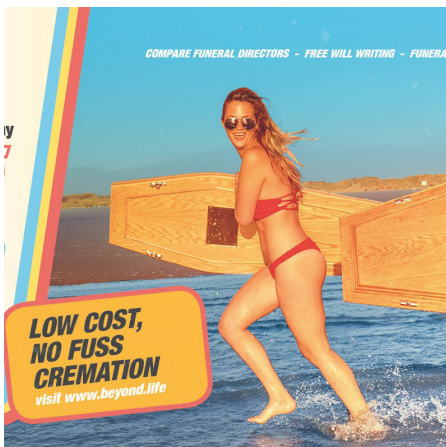
Constellation Park, creado por el **DeathLab** de la Columbia University, es un monumento público que ayuda a aceptar la finitud y naturaleza cíclica de la vida, al transformar la biomasa individual en una constelación de luz (alimentada por la bioenergía latente dentro del cadáver) bajo el puente de Manhattan.



La compañía **AndVinyl** ofrece el servicio de convertir las cenizas de un difunto en un álbum de vinilo de su artista favorito, para ser escuchado y recordar al ser querido.



Los **Death Cafes** (Cafés de la muerte), creado por **Jon Underwood**, reúnen a personas para tomar té, comer pasteles y hablar de manera clara sobre todos los temas y temores relacionados con la muerte de una manera franca y en un espacio amigable.



La compañía de cremación de bajo costo **Beyond** rompe tabúes sobre la muerte con campañas publicitarias que contienen escenas originales, como una pareja que se sonríe y se persigue en una playa de arena mientras sostiene ataúdes de madera en vez de tablas de surf.



Exit Here es un servicio funerario moderno con un salón diseñado con patrones luminosos y cálidos, donde es posible hablar sobre la muerte y crear experiencias personalizadas eligiendo arreglos florales, ataúdes o urnas y espacios especiales para expresar la individualidad en "el día de la muerte".



En París se inauguró el primer cementerio verde dedicado a los entierros ecológicos donde los ataúdes y las urnas deben estar hechos de materiales biodegradables y los cuerpos (sin tratamientos químicos) deben estar revestidos con fibras biodegradables naturales.

10. WELLBEING-DRIVEN SEXUALITY

En una sociedad híper sexualizada comenzará a ser más evidente el deseo de superar los límites internos de la sexualidad personal. Habrá una demanda progresiva de reconectar con la intimidad frente a un entorno dominado por la extroversión y el exhibicionismo. El sexo se convertirá en un medio para conseguir otros objetivos favorables para el bienestar -liberar tensiones, incrementar el rendimiento corporal, reducir el estrés- eliminando progresivamente su carácter de tabú. Aumentarán las prácticas sexuales individuales y experimentales de autosatisfacción, facilitadas por nuevos productos tecnológicos, así como estimulantes orgánicos. Habrá una clara intensión de deconstruir la normalidad a partir del ejercicio libre de culpa de las preferencias sexuales subvirtiendo roles, géneros y prácticas. Los deseos expresados de manera honesta podrán entrar en tensión con una “nueva moral” pregonada por activismos contemporáneos que dan origen, por ejemplo, al porno ético.

¿CÓMO INNOVAR EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS?

Orgasmo natural

Diseñar productos naturales (como alimentos o suplementos especiales) formulados para mejorar la duración y la intensidad de la experiencia del orgasmo, así como la recuperación física para que los nuevos ciclos comiencen de inmediato.

Potencial sexual

Desarrollar juguetes y dispositivos sexuales que incorporan sensores y tecnología para medir, controlar y trabajar la destreza sexual. Ofrecer instancias de reflexión sobre los propios deseos íntimos y programas de entrenamiento para explorar el potencial sexual personal.

Juegos hiper estimulantes

Diseñar ropa y accesorios funcionales que estimulan la circulación y el flujo de sangre a los órganos sexuales primarios y secundarios para un estado continuo de estimulación. Crear juguetes eróticos que actúen sobre varios sentidos a la vez (aroma, tacto, sonido, movimiento, sabor) para lograr una estimulación hipersensorial.

Placer sin vergüenza

Marcas de diferentes sectores pueden ingresar al campo de la sexualidad con productos, servicios y experiencias que ayuden a los consumidores a experimentar diferentes tipos de placer sin sentir vergüenza por ello. Introducir experiencias erotizantes en ámbitos inéditos para reconectar con el deseo en la vida cotidiana.

Sexualidad sincera

Desarrollar contenido de marca alrededor del concepto de libido y la importancia de explorar los deseos sexuales como una manera de sentirse plenos. Eliminar una aproximación superficial, patriarcal y binaria a la sexualidad para entablar un diálogo más sincero sobre las fantasías de los consumidores.





El sitio de videos pornográficos Pornhub presentó un video llamado “The Dirtiest Porn Ever”, protagonizado por la popular pareja de estrellas porno amateurs LeoLulu, teniendo sexo en una playa repleta de desechos (botellas y bolsas plásticas) como un llamado de atención por la contaminación en los océanos.





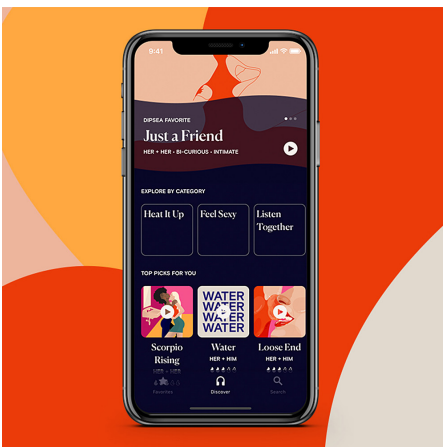
Kikoko desarrolla una línea de té que contienen una mezcla de ingredientes orgánicos a base de hierbas así como un activo de cannabis, con el objetivo de mejorar el bienestar sexual al estimular la libido e intensificar el placer.



The Honey Pot, una compañía de higiene femenina basada en plantas, lanzó un bálsamo corporal que contiene aceite de semillas de cáñamo para ayudar con calambres menstruales y dolor e incomodidad en el área pélvica.



Wild Flower creó Enby, un juguete sexual vibrador sin género que puede permanecer con una persona durante todas las transiciones de la vida: con cuerpos, parejas y deseos cambiantes.



Ferly es una audioguía para el sexo consciente que combina meditación y masturbación con podcasts con historias eróticas, ejercicios para explorar nuevos límites sexuales y guías para el auto placer.



Loom es un centro de bienestar reproductivo que ofrece un plan de estudios centrado en el placer sin tabúes, que abarca temas como orgasmos, masturbación, juguetes para utilizar en solitario y en pareja, lubricación, porno ético y la definición de un mapa de excitación.



Ripple ha desarrollado un set de vestimenta equipada con estímulos táctiles, visuales, auditivos y olfativos para permitir que las personas con discapacidades experimenten placer sexual sin la vergüenza o la incomodidad.





DRIVERS SOCIALES, TECNOLÓGICOS, CULTURALES Y ECONÓMICOS QUE IMPULSAN LA EMERGENCIA DE LA TENDENCIA BETTerness

EXPANSIÓN DEL SECTOR
AUMENTO DE LA LONGEVIDAD
CRISIS PSICOLÓGICA
CIUDADES CONTAMINADAS
RELACIONES INESTABLES
DESCONFIANZA EN EL MERCADO

25%

AUMENTÓ LA ESPERANZA
DE VIDA EN EL ÚLTIMO SIGLO

4.2 MIL MILLONES

DE DÓLARES REPRESENTÓ EL MERCADO
DEL BIENESTAR EN 2017

27%

AUMENTARON LOS SENTIMIEN-
TOS NEGATIVOS AFECTANDO
EL ÍNDICE DE FELICIDAD EN EL
MUNDO ENTRE 2010 Y 2018

2.000 MILLONES

DE PERSONAS TENDRÁN MÁS DE
60 AÑOS EN 2050, REPRESENTARÁ
UN 22% DE LA POBLACIÓN MUNDIAL

1 DE CADA 6

PERSONAS SUFREN AL MENOS
UN TRASTORNO MENTAL EN EL
MUNDO



77,9 AÑOS

ES LA ESPERANZA DE VIDA
PROMEDIO EN EUROPA

5.3 MILLONES

DE PERSONAS SUFREN
DEPRESIÓN CADA AÑO
EN ALEMANIA

11%

DISMINUYÓ EL PROMEDIO DE
PAREJAS ESTABLES ENTRE EN-
TRE 1996 Y 2015 EN FRANCIA

39%

DE LOS ADULTOS ESTADOUNIDENSES
CONOCEN A SUS CITAS A TRAVÉS
DE INTERNET DESPLAZANDO
AMIGOS Y FAMILIA

40%

DE ADULTOS CHINOS MANIFES-
TARON QUE EXPERIMENTARON
MUCHO ESTRÉS DIARIAMENTE
EN 2016

9 DE CADA 10

PERSONAS RESPIRAN AIRE
CONTAMINADO EN EL MUNDO

12%

DE LOS TRABAJADORES PENZA-
RON QUE PERDERÍAN SU TRABA-
JO EN 2018 EN REINO UNIDO

10 MIL MILLONES

DE DÓLARES SERÁ EL GASTO MUNDIAL
EN SALUD EN 2020

4 DE CADA 10

PERSONAS SIENTEN QUE EL
BREXIT AFECTA SU SALUD
MENTAL EN REINO UNIDO



EXPANSIÓN DEL SECTOR

NUEVOS SECTORES SUMAN PROPUESTAS DE BIENESTAR

El último informe del Global Wellness Institute ha revelado que la industria mundial del bienestar creció un 12.8% entre 2015 y 2017, de \$ 3.7 billones a \$ 4.2 billones, esto es, creció 6.4% anualmente, casi el doble de rápido que el crecimiento económico global (3.6%) (GWI, 2019). De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, el gasto mundial en salud superará los US\$ 10 billones en 2020 (OMS, 2019). A los sectores tradicionales del bienestar -medicina, nutrición, cosmética, psicología, sexualidad, fitness- se incorporan nuevos que de a poco comienzan a sumar propuestas de valor basadas en el bienestar, la curación y el autocuidado a su oferta: turismo, moda, desarrollos inmobiliarios, arquitectura, seguros y servicios funerarios, entre otros. El crecimiento y la expansión de las oportunidades de negocios hace que cada vez más empresas ingresen al campo del bienestar, desde nuevas startups hasta gigantes tecnológicos como Alphabet, Amazon y Apple.

CAMBIO DE PARADIGMA

La crisis del paradigma patriarcal y la gran exigencia profesional impactan en una mayor apertura del público masculino hacia las prácticas de autocuidado. Los hombres de a poco van perdiendo la vergüenza de acceder a productos y servicios de cosmética y belleza antes reservados a las mujeres. También se percibe la emergencia de ofertas sin género, solamente adaptada a las características físicas y mentales del usuario.

ACCESO A INFORMACIÓN Y PERSONALIZACIÓN EXTREMA

Los avances científicos y la reducción de los costos de las tecnologías que permiten medir en profundidad indicadores biológicos, analizar grandes cantidades de datos y diagnosticar rápidamente el estado físico y de salud de una persona, potencian el desarrollo de la personalización extrema en sectores como medicina, nutrición y cosmética. A ello se suman las nuevas técnicas de escaneo para evaluar la performance cognitiva y emocional de las personas, lo que abre la puerta para incorporar a nuevos sectores nociones de neurología y psicología.

INNOVACIÓN EN EL DISEÑO, PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Tecnologías como big data, inteligencia artificial, robotización, machine learning, blockchain, e internet de las cosas, están redefiniendo los tiempos y la naturaleza de los procesos de diseño, producción y distribución, para brindar on demand el acceso a una gran variedad de productos y servicios customizados. Las cadenas globales se están reorganizando bajo el nuevo paradigma de la industria 4.0, que incluye



conexión digital, estructura modular, decisiones descentralizadas y sistemas analógico-virtuales.

CONVERGENCIA DE DISCIPLINAS

El avance de la biotecnológica y nanotecnología en el desarrollo de materiales inteligentes con propiedades adicionales -por ejemplo, textiles con acciones medicinales, alimentos con funcionalidades psicológicas, superficies con capacidad de purificar el aire- están generando una inédita convergencia de disciplinas para crear productos con múltiples funcionalidades, lo que multiplicará las oportunidades de negocios en el futuro.



AUMENTO DE LA LONGEVIDAD

AUMENTO DE LA ESPERANZA DE VIDA

La esperanza de vida ha aumentado un 25% en el último siglo gracias a las mejoras en las condiciones de vida, los avances médicos, el desarrollo de tratamientos preventivos, el aumento de prácticas de autocuidado y la adopción de hábitos más saludables. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2019), los países europeos han incrementado su expectativa de vida en un año en los últimos cinco, llegando a un promedio de 77,9 años. En Inglaterra, por ejemplo, la esperanza de vida ha aumentado 25 años en los últimos 100.

ENVEJECIMIENTO DE LA POBLACIÓN MUNDIAL

Debido al aumento de la esperanza de vida, la reducción de la mortalidad y la disminución de la tasa de fecundidad, la proporción de personas mayores de 60 años está aumentando más rápidamente que cualquier otro grupo etario en casi todos los países (OMS, 2019). Entre 2015 y 2050, la proporción de la población mundial con más de 60 años pasará de 900 millones a 2000 millones, lo que representa un aumento del 12% al 22%. Más del 80% del PIB mundial es generado por países con poblaciones que envejecen rápidamente. Países del G7 – Canadá, Francia, Alemania, Italia, Japón, Reino Unido y Estados Unidos – vienen padeciendo bajas tasas de nacimientos desde mediados de siglo XX. China es el hogar del mayor número de ciudadanos ancianos y su población envejece cada vez más rápido. La progresión del envejecimiento del conjunto de la población tendrá efectos sobre la sociedad global y la economía mundial, afectando de manera directa al consumo, al trabajo y los estilos de vida.

EXTENSIÓN DE LA VIDA ÚTIL

El mundo se encamina a tener una población longeva que, gracias a los avances científicos recientes, podría pasar los 100 años promedio en las próximas décadas gozando de buena salud. Una persona entre 81 y 91 años hoy está en condiciones similares, o mejores, que una de 65 en 1900. En poco tiempo, la ciencia ayudará a que el periodo de vida útil de una persona se extienda. Con la herramienta de edición de genes CRISPR, los científicos están seguros de que la medicina está más cerca de desarrollar la terapia génica anti-envejecimiento que eliminará enfermedades. Investigadores de Harvard han identificado 45 variantes genéticas de vida muy larga presentes en personas que han vivido hasta 110 años y que podrían utilizarse en futuras terapias. Empresas tecnológicas de Silicon Valley están invirtiendo en tecnologías que permitan alargar la vida a través de la manipulación biológica (también



ENVEJECIMIENTO COMO ENFERMEDAD

conocido como biohacking): terapias genéticas, píldoras basadas en NAD+, drogas 'inteligentes' (nootropics), transfusiones de plasma, entre otras.

Las investigaciones sobre longevidad y envejecimiento saludable para extender la salud y vida útil de las personas están en aumento. Ello podría conllevar un cambio de enfoque sobre el envejecimiento al dejar de ser tratado como algo natural para considerarse una enfermedad sobre la cual desarrollar medicinas específicas y así lograr aprobación legal de los organismos reguladores. De acuerdo con la Academy for Health and Lifespan Research -integrada por la Universidad de Harvard, MIT y otras instituciones norteamericanas y europeas- en un futuro próximo se desarrollarán medicamentos que tratarán el envejecimiento en su origen, por lo que tendrán un efecto positivo mucho mayor en la salud y la esperanza de vida que los medicamentos dirigidos a una sola enfermedad. Se están desarrollando tecnologías no solo para retrasar las enfermedades del envejecimiento sino para revertir aspectos de ellas, por ejemplo, un tratamiento para una enfermedad cardíaca que, como efecto secundario, también protegería al paciente contra el Alzheimer, el cáncer y la fragilidad muscular.



CRISIS PSICOLÓGICA

SOCIEDAD BAJO PRESIÓN

Las sociedades contemporáneas atraviesan una crisis psicológica global que impacta negativamente en la salud y bienestar de las personas. La creciente presión para rendir siempre al máximo en la vida profesional y privada ha disparado los niveles de estrés. En 2019, la Organización Mundial de la Salud agregó al agotamiento ocupacional (burn out) a su Clasificación Internacional de Enfermedades. Los trastornos de ansiedad han aumentado debido a la adicción a la tecnología, la conexión 24hs a las redes sociales, la preocupación por la inestabilidad económica, los acontecimientos políticos y el cambio climático. Asimismo, la economía on demand está empujando a los consumidores a ser cada vez más impacientes.

AUMENTO GLOBAL DE LAS ENFERMEDADES MENTALES

Es un hecho el aumento de trastornos mentales como depresión, ansiedad, falta de concentración, agotamiento ocupacional y falta de sueño. Según la Organización Mundial de la Salud, 322 millones de personas en todo el mundo sufren de depresión y al menos un tercio de la población mundial sufrirá algún tipo de trastorno de ansiedad durante sus vidas. A nivel mundial, una de cada seis personas tiene al menos un trastorno mental o de abuso de sustancias, es decir, más de 1.100 millones de personas (OMS, Depresión y Otros Trastornos Mentales Comunes, 2017). La German Depression Foundation ha publicado su Barómetro de la Depresión 2018: alrededor de 5,3 millones de personas en Alemania sufren de depresión cada año, y alrededor del 17 % de los adultos alemanes experimentarán un trastorno depresivo persistente en su vida. En China, el 40 % de los adultos informan que experimentan mucho estrés diariamente (Linda Lyons, Diana Liu, "Worry and Stress Rise in China," World (blog), Gallup, February 8, 2016).

NIÑOS Y ADOLESCENTES CON TRASTORNOS MENTALES

Se registra un aumento de enfermedades mentales en adolescentes, pre-adolescentes y niños. La encuesta realizada por la Mental Health Foundation in 2018 en EE.UU. a más de 1,800 padres reveló que casi 4 de cada 10 padres (39%) estaban preocupados de que sus hijos estén cada vez más ansiosos por los eventos mundiales y nacionales. De aquellos cuyos hijos estaban ansiosos, 6 de cada 10 (61%) notaron que sus hijos comenzaban a hacer muchas más preguntas y una cuarta parte (24%) notaron que sus hijos buscaban tranquilidad. El número total de adolescentes que recientemente experimentaron depresión aumentó un 59% entre 2007 y 2017; la tasa de crecimiento fue más rápida



EVENTOS POLÍTICOS QUE IMPACTAN NEGATIVAMENTE

para las adolescentes mujeres (66%) que para los hombres (44%) (Pew Research Center, 2018).

La incertidumbre económica y política esta generando un grave daño en la salud mental de millones de personas alrededor del mundo. La encuesta Stress in America, realizada por la American Psychological Association en 2016, reveló que el 66% de las personas veían el futuro de su nación como una fuente importante de estrés, mientras que el 57% se sentía estresado por el clima político actual luego de las elecciones presidenciales. Las búsquedas en Google de la palabra “autocuidado” (selfcare) alcanzaron su punto máximo entre el 13 y el 19 de noviembre de 2016, la semana después de que Donald Trump fuera elegido presidente de los Estados Unidos. Una encuesta realizada en Reino Unido en 2019 por la Mental Health Foundation reveló que 4 de cada 10 personas dicen que el Brexit ha afectado su salud mental en los últimos dos años; 1 de cada 10 personas informaron que les había causado problemas para dormir en el último año; 2 de cada 10 personas dijeron que les había causado “altos niveles de estrés”; mientras que millones se habían sentido impotentes, enojados o preocupados durante el último año. Una encuesta de YouGov muestra que 44% de los encuestados cree que la retirada de la UE empeorará sus vidas y algunos ciudadanos de la UE que viven en el Reino Unido incluso han informado que tienen pensamientos suicidas a medida que aumenta la incertidumbre sobre el futuro.

INESTABILIDAD ECONÓMICA COMO FACTOR DE ESTRÉS

La inestabilidad económica y el temor a perder el trabajo es otro factor de estrés. El informe The Business in the Community (BITC) Seizing Momentum: Mental Health at Work 2018 reveló que uno de cada ocho (12 por ciento) trabajadores del Reino Unido creía que era probable que pudieran perder su trabajo en los próximos 12 meses. De 4.000 trabajadores encuestados por YouGov, 3/5 informaron que perdieron el sueño y experimentaron estrés, falta de concentración y fatiga, todos síntomas de depresión, debido a preocupaciones financieras. La investigación de la Office for National Statistics (ONS) ha encontrado previamente una asociación entre la inseguridad laboral y el suicidio, y los hombres adultos jóvenes en trabajos con salarios más bajos corren mayor riesgo.

Las dinámicas sociales y tecnológicas actuales están impactando



CONEXIONES SOCIALES DÉBILES

negativamente en diversas sociedades al incrementar el sentimiento de aislamiento en las personas. De acuerdo con la Office of the Surgeon General (OSG) de EE. UU., la soledad y las conexiones sociales débiles están asociadas con una reducción en la esperanza de vida similar a la causada por fumar 15 cigarrillos al día. Existen explicaciones científicas basadas en los mecanismos biológicos que afirman que el aislamiento puede desencadenar sesgos cognitivos, reducción del sueño y cambios hormonales.



CIUDADES CONTAMINADAS

ALTOS ÍNDICES DE POLUCIÓN

En muchas ciudades las personas están inmersas en espacios públicos y privados con altos índices de polución. De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2019), 9 de cada 10 personas respiran aire contaminado alrededor del mundo. Pocas ciudades y barrios están exceptuado de ello, por ejemplo, el interior de la planta baja de una tienda sobre Oxford Street en Londres tiene los mismos niveles de polución que en la calle.

CARENCIA DE NATURALEZA AFECTA A LA SALUD

En el último tiempo ha crecido la evidencia de la relación que existe entre los niveles de polución y el desarrollo de enfermedades mentales. Un estudio realizado en Londres por el King's College London y la Duke University publicado en la *Psychiatry Research*, determinó que los niños de 12 años que crecen en un ambiente con altos niveles de polución en el aire tienen más posibilidades (entre 3 y 4 veces más) de desarrollar depresión a los 18 años. En el mismo sentido, un estudio de la Aarhus University de Dinamarca, determinó que los niños que crecen rodeados de vegetación son 55% menos susceptibles a desarrollar problemas de salud mental durante la adolescencia y la edad adulta.

CONCIENCIA SOBRE RECURSOS ESTRATÉGICOS

La calidad del agua, el aire y los alimentos está en el centro de la escena a medida que aumenta la conciencia sobre la gravedad del cambio climático. Una encuesta de 2018 realizada por el Pew Research Center, mostró que la mayoría de las personas en la mayoría de los países dicen que el cambio climático global es una gran amenaza para su nación. De hecho, se ve como la principal amenaza en 13 de los 26 países encuestados, más que cualquier otro tema sobre el que se preguntó.

BENEFICIOS DEL CONTACTO CON LA NATURALEZA

Los beneficios que tiene estar en contacto con la naturaleza para la salud física, mental y emocional se confirma con estudios recientes, como el del Center for Environment, Health and Field Sciences, de la Chiba University, Japon, que determinó que la “forest therapy” (terapia en el bosque o terapia de plantas) hace decrecer los niveles de cortisol (causante del estrés), la presión sanguínea y el ritmo cardíaco, ofreciendo una sensación de calma en los participantes. Estos datos hacen que en la arquitectura crezcan los estudios que incorporan vegetación en los ambientes interiores, así como que se cubran las fachadas con plantas para generar espacios más saludables. La University of Exeter Medical School determinó que 120 minutos por semana en



contacto con la naturaleza es el umbral para comenzar a sentir efectos positivos en la salud y el bienestar.



RELACIONES INESTABLES

RELACIONES SOCIALES QUE GENERAN INCERTIDUMBRE

El cambio de paradigma en las relaciones también supone una fuente de incertidumbre que afecta el bienestar de las personas. Vínculos dominados por la inestabilidad y pérdida de empatía se han convertido en una fuente de problemáticas a gestionar. La desconfianza con el entorno, el aumento de trastornos mentales (falta de sueño, depresión, ansiedad) y el sentimiento de inseguridad hacen que se privilegie la supervivencia por sobre el deseo. La mayor presión por el rendimiento profesional hace que el flirteo y la seducción estén erradicados de las rutinas diarias.

NUEVOS FORMATOS RELACIONALES

Las tasas de casamiento -símbolo del paradigma tradicional de la familia- han disminuido. Un estudio realizado en Francia sobre 27 millones de personas, mostró que en 2015 el 69% de los jóvenes de 25 a 60 años tenían una relación estable, en comparación con el 78% en 1996, o sea, una disminución del 11% entre 1996 y 2015. Esto tiene una correlación con el aumento en el número de familias monoparentales, 1.6 más numerosas, entre 1996 y 2015 (France Strategie, 2018). La crítica al concepto de monogamia como formato relacional ha dado paso a otras alternativas como las relaciones abiertas y la poligamia. En la lista de palabras googleadas en 2017 en EE. UU., en la categoría de relaciones, “poliamor” fue la cuarta más buscada. Según una encuesta de la Chapman University de 2014, el 5 % de las relaciones estadounidenses se identificaban como no monógamas, mientras que una encuesta de 2017 más reciente sobre adultos solteros mostró que una quinta parte (1/5) de los encuestados dijeron que intentarían alguna forma de no monogamia en algún momento de su vida.

INTERNET COMO MEDIO DE SOCIALIZACIÓN

La manera de conocer a una pareja también ha cambiado con el ingreso de tecnologías como los aplicativos de citas. La posibilidad de acceder directamente a un ‘menu’ de candidatos/as en las dating apps ha provocado la supresión de intermediarios para conocer a alguien. Una encuesta nacional de 2017 representativa de adultos estadounidenses, halló que para las parejas heterosexuales en los EE. UU. la reunión en línea se ha convertido en la forma más popular de reunión (39%), frente a un 20% a través de amigos, 11% a través de colegas, 7% a través de la familia, y 27% directamente en un bar o restaurante. La cita por Internet está desplazando los roles que una vez tuvieron la familia y los amigos al unir a las parejas (Michael Rosenfeld,



Stanford University, Reuben J. Thomas, University of New Mexico, and Sonia Hausen, Stanford University, 2019).

RECESIÓN SEXUAL

En el plano sexual asistimos a una paradoja: se vive en una sociedad hipersexualizada en sus mensajes e imágenes, pero donde cada vez se practica menos sexo, al menos con un partenaire. Esto es particularmente relevante en el caso de los jóvenes. Según el Centers for Disease Control and Prevention's Youth Risk Behavior Survey de EE.UU. entre 1991 a 2017 el porcentaje de estudiantes de secundaria que habían tenido relaciones sexuales se redujo del 54 al 40 %. De acuerdo con Jean M. Twenge, de la University of San Diego, los jóvenes de hoy en día están en camino de tener menos parejas sexuales que los miembros de las dos generaciones anteriores. En los Países Bajos, por ejemplo, la edad promedio en que las personas tuvieron relaciones sexuales por primera vez aumentó de 17.1 en 2012 a 18.6 en 2017, y otros tipos de contacto físico también se retrasaron, incluso el besarse.

PÉRDIDA DE EMPATÍA

Las inhibiciones y la insatisfacción con el cuerpo podrían ser algunos de los factores que desaniman la practica sexual con otros. La influencia de las redes sociales, con una avalancha de imágenes de cuerpos tonificados y perfectos de acuerdo con una belleza estandarizada, podría impactar negativamente en la autoestima en los jóvenes y adultos. Asimismo, los nuevos códigos de relacionamiento podrían ir en contra de la construcción de la intimidad: la estimulación sexual requiere de empatía y tiempo para conectar con otra persona y comprender qué le resulta excitante, algo de lo que carece la época actual.

INSATISFACCIÓN EN LAS RELACIONES SEXUALES CON OTROS

El crecimiento del sexo casual (llamado hook up) facilitado por los aplicativos de citas provoca mayor insatisfacción en ciertas personas ya que, de acuerdo con un estudio de la University of New York, este tiende a ser menos placentero físicamente que el sexo con una pareja habitual: solo el 31 % de los hombres y el 11 % de las mujeres alcanzan el orgasmo con una pareja desconocida, mientras que en un encuentro sexual en el contexto de una relación, el 84 % de los hombres y el 67 % de las mujeres dijeron que habían tenido un orgasmo.

La caída de la práctica de las relaciones sexuales con un partenaire se corresponde con un aumento de las prácticas de autosatisfacción,



AUMENTO DE LAS PRÁCTICAS DE AUTOSATISFACCIÓN

con el consumo de la pornografía y el uso de juguetes sexuales. Entre 1992 y 2014, la proporción de hombres estadounidenses que informaron masturbarse en una semana determinada se duplicó (54%) y la proporción de mujeres se triplicó (26%). El fácil acceso a la pornografía ha provocado que su uso se haya incorporado a la rutina de las personas. Las visitas a Pornhub (uno de los gigantes de pornografía en línea) totalizaron 33.5 mil millones en el transcurso de 2018, un aumento de 5 mil millones de visitas respecto de 2017, eso equivale a un promedio diario de 100 millones de visitantes.

CAÍDA DE LAS TASAS DE NATALIDAD

En simultáneo, con la caída en las prácticas sexuales con otros, se registra una caída de las tasas de natalidad. En 2017, la tasa de natalidad de EE. UU. alcanzó un mínimo histórico por segundo año consecutivo, como resultado, nacieron unos 500,000 bebés estadounidenses menos en 2017 que en 2007, a pesar de que más mujeres estaban en edad de procrear. Asimismo, los nuevos sistemas para concebir bebés sin la intervención de otro de manera directa -gestación subrogada y la fecundación in vitro- también están provocando una redefinición de las prácticas sexuales, ahora enfocadas al placer inmediato e individual.



DESCONFIANZA EN EL MERCADO

MAYOR RESPONSABILIDAD EN DECISIONES DE SALUD

El mayor acceso a información relevante sobre aspectos de salud y bienestar ha generado una mayor conciencia en las personas sobre el valor del autocuidado. Las personas de hoy están asumiendo más responsabilidad por sus decisiones de salud. En el mismo sentido, los consumidores han desarrollado una visión crítica sobre la oferta y comprenden mejor cómo se manejan las empresas, lo que repercute en una creciente desconfianza sobre la oferta, ya sea sobre los beneficios reales que ofrecen los productos y servicios o la trazabilidad de estos. Esta susceptibilidad se amplifica por la decepción causada por las dietas y tratamientos que generaron daños físicos en el pasado, así como el rechazo por aquellos discursos de marketing que atentaron contra la autoestima de las personas.

DESCONFIANZA EN EL SISTEMA DE ALIMENTOS

El nivel de desconfianza sobre el sistema de producción de alimentos se ha incrementado en muchos países. A pesar de que las personas demandan más información y transparencia en relación con la comida que ingieren, también han perdido confianza en varias de las instituciones encargadas de velar por la trazabilidad de los alimentos (Ray A. Goldberg, Harvard Business School). En EE. UU., algunos estudios indican que los consumidores parecen preferir los alimentos “naturales”, sin embargo, hay poco consenso sobre lo que significa el término. Las compañías de alimentos pueden usar una etiqueta que mencione la propiedad “natural”, pero la U.S. Food and Drug Administration (FDA) no ha definido aún el término, o, en el caso de las carnes, según el U.S. Department of Agriculture, el término “natural” significa que el producto es mínimamente procesado y no 100% natural, lo que ha incrementado la confusión y desconfianza de los consumidores.

DESAPROBACIÓN DEL BIENESTAR COMO STATUS

La idea de bienestar se ha ampliado en la última década. La incorporación del concepto de ‘eudaimonia’, esto es, llevar una vida virtuosa y hacer lo que vale la pena hacer para alcanzar el potencial humano, se ha combinado con otros requerimientos inmediatos de la sociedad actual, como la búsqueda del hedonismo, el mejoramiento de la vida útil psicofísica y la evasión del dolor. El aumento de las amenazas a la salud y la felicidad provoca un crecimiento de la desaprobación de la idea de bienestar sólo como ‘estatus’.

El nivel de felicidad de las sociedades está en el centro de la escena.



De acuerdo con el World Happiness Report 2019, los sentimientos negativos (preocupación, tristeza e ira) han aumentado en todo el mundo un 27 % entre 2010 y 2018. El estudio encontró también un incremento en la brecha de desigualdad de la felicidad, que es el paralelo psicológico a la desigualdad de ingresos, esto es, cuánto difieren los individuos en una sociedad en qué tan satisfechos están con la vida (United Nations Sustainable Development Solutions Network, 2019).

FACTORES DE LA FELICIDAD

Investigaciones sobre la felicidad y el bienestar han demostrado que los determinantes clave del bienestar son la calidad de las relaciones, la salud mental y física, la capacidad para satisfacer las necesidades básicas, las habilidades sociales y emocionales, tener un propósito en la vida y la estabilidad; el dinero, una vez cubiertas las necesidades básicas, no aportaría felicidad extra (Harvard Study of Adult Development, 2017; San Francisco State University, 2014).



© 2019. Toda la información contenida aquí es propiedad exclusiva de The Sprout Studio. The Sprout Studio se reserva todos los derechos y privilegios relacionados con el uso de esta información. No se permite ningún uso no autorizado, como la distribución, copia, modificación o reimpresión. Este documento no está destinado a la reproducción o distribución. Para obtener permiso para reproducir o distribuir este documento, contáctese con hello@thesproutstudio.net

Arte de tapa por Thisset para The Sprout Studio

© Todos los derechos reservados.



ANTICIPAR EL FUTURO. INNOVAR AHORA

¿Quieres saber cómo?
Contactanos hoy
hello@thesproutstudio.net