

Los estudios y análisis que hacemos en Consumer Truth sugieren que **las nuevas estructuras sociales se definen no sólo por lazos sanguíneos sino afectivos y valorativos. Lo que une va más allá de la sangre. Hoy unen las causas, y hasta las cosas.**

Las familias están cambiando pero el amor que los convierte en hogar permanece. **Donde hay cariño hay una familia.** El consumo y el marketing necesitan entender estas nuevas necesidades y demandas.



## ¿Qué tendencias se discuten en el Reporte?



### AMOS DE CASA

Familias regentadas por hombres que entienden la casa no como degradación sino como habilidad.  
La casa es la nueva "cueva" del hombre.



### FAMILIAS HOMO-PARENTALES

La sociedad actual redefine los afectos y entiende el amor familiar en múltiples sentidos "Sabemos que algún día simplemente nos dirán familia"



### HIJOS CON COLA (PERRI-HIJOS)

La sociedad exigente nos hace buscar afecto casero  
"En una sociedad tan dura al menos quiero alguien que me mueva la cola".



### FAMILIA UNIPERSONAL (SINGLE)

Solteros que viven solos con poder de decisión sobre sus vidas y consumo. Independientes de mindset y actitud.  
"El mejor compromiso es conmigo mismo".



### FAMILIA VIRTUAL

No tienes que vivir juntos para ser una familia. Unidos por la tecnología o por el Skype.  
"Separados al crecer, Unidos al conectarse".



### DINKS PAREJAS SIN HIJOS

Familias que sea por decisión o imposibilidad no tienen hijos y han construido un mundo de a dos "Dos para explorar el mundo, hasta que llegue o no el momento".



### SÚPER MAMAS

Madres solteras con hijos que han decidido enfrentar el mundo y los estereotipos con valentía  
"Yo y mi hijo contra el mundo"

## ¿Por qué deberías contar con este Reporte?



### FUTURO

Una marca que no es capaz de imaginar su futuro, es incapaz de reinventar su negocio.



### INNOVACIÓN

Los cambios sociales, culturales y humanos marcan la evolución de los mercados.



### DISRUPCIÓN

Una mirada de negocios menos estereotipada, más humana y más real de los mercados.

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