

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